

日本における韓流現象と韓国の韓流に対する認識

The Hanryu Phenomenon in Japan
and the Korean Perception of Hanryu

早稲田大学大学院社会科学研究科

地球社会論専攻 日本文化論研究

韓 英均

HAN, Youngkyun

2013年2月

目次

序章	1
1 問題提起及び目的	1
2 研究課題及び方法論	3
3 本文の構成	5
4 用語の定義	7
第一章 日韓関係と両国認識	11
1 戦後における日韓関係の時期区分	11
2 第一期（終戦から国交正常化まで）	12
2.1 第一期の日韓関係	12
2.2 第一期における日本人の対韓認識	13
2.3 第一期における韓国人の対日認識	14
3 第二期（国交正常化から日韓共同宣言まで）	16
3.1 第二期の日韓関係	16
3.2 第二期における日本人の対韓認識	19
3.3 第二期における韓国人の対日認識	21
4 第三期（日韓共同宣言以降）	24
4.1 第三期の日韓関係	24
4.2 第三期における日本人の対韓認識	26
4.3 第三期における韓国人の対日認識	28
第二章 韓流と日韓の文化受容	32
1 韓流現象の概観	32
1.1 韓流の定義	32
1.2 韓流現象の発生原因	34
1.3 韓流の効果	37
1.3.1 経済的效果	37
1.3.2 政治的效果	40
1.4 韓流の動向	42
2 日韓両国の相互文化の受容	46
2.1 韓国社会の日本の大衆文化	47
2.1.1 韓国政府の日本文化規制と非公式経路の消費	47
2.1.2 開放をめぐる賛否議論とインターネット上の大量消費	50
2.1.3 段階別公式開放とその以後の受容状況	54

2.2 日本における韓国の大衆文化の受容	58
2.2.1 「韓国」以前における韓国の大衆文化の日本進出	58
2.2.2 「冬ソナ」現象と日本における「韓流」ブーム	61
2.2.3 ブーム以後の韓流の展開	64
第三章 韓国政府の韓流に関する政策の展開	70
1 はじめに	70
2 文化産業に関する政策	71
2.1 文化産業に関する韓国政府の視座	72
2.2 規制から支援への転換	75
2.3 文化開放と国内産業に対する支援の本格化	77
3 韓流に関する支援策	80
3.1 韓流の持続と拡張に対する政策	80
3.2 韓流と「国家ブランド」政策	83
3.3 韓流と「ハンスマイル」政策	87
4 国家競争力と韓流政策	89
4.1 日本の韓流現象と文化産業に対する政策	89
4.2 韓流と韓国の文化アイデンティティ	93
5 おわりに	95
第四章 文化研究における韓流をめぐる議論の変化	97
1 はじめに	97
2 韓国における韓流研究の様相	98
3 東アジア共同体をめぐる議論と韓流	100
3.1 東アジア共同体の議論の台頭と地域共同体の形成の妨害要因	101
3.2 東アジアの文化共同体の疎通手段としての韓流	104
4 文化外交と韓流	109
4.1 「ソフト・パワー」と文化外交	109
4.2 「ソフト・パワー」の資源としての韓流	111
5 文化政治の議論における民族主義的性向	115
6 おわりに	119
第五章 韓国メディアにおける韓流に関する報道の議論	121
1 はじめに	121
2 韓流に関する報道の分析について	122
3 韓国メディアにおける韓流に関する報道	124

3.1	日本における韓流ブーム以前の韓流に関する報道	124
3.1.1	海外の韓流現象と政府の支援に対する報道の姿勢	124
3.1.2	ワールドカップを契機とした韓国メディアの韓流に対する観点の変化	127
3.2	日本の韓流ブームと韓国の韓流に関する報道	130
3.2.1	日本のブームが伝えられるまで	130
3.2.2	韓流をめぐる肯定的な評価	132
3.2.3	韓流に対する支援と広報の声	135
3.2.4	韓流をめぐる言説のなかの民族主義	136
3.3	ブーム以後の韓流に関する報道の論点	140
3.3.1	「嫌韓流」とメディアの反応	140
3.3.2	韓流の不振と「韓流の危機」に関する議論	142
3.3.3	「脱韓流」論と民族主義への批判	144
3.3.4	韓流の復興と「新韓流」	147
4	メディアにおける韓流に関する報道の考察	148
4.1	「韓流の危機」に関する議論の分析	148
4.2	韓流に関する報道における民族主義の性向	153
5	おわりに	157
第六章	日韓両国民の韓流認識と相互感情	160
1	はじめに	160
2	日韓両国の大衆文化受容者に関する研究	161
2.1	日本の大衆文化の受容と対日認識	162
2.2	日本の韓流受容に関する研究	164
3	日韓両国の韓流認識に関する調査	167
3.1	調査の概要	167
3.2	調査の結果	169
3.2.1	日韓両国の相互文化受容と両国関係	169
3.2.2	日韓両国の韓流認識	179
3.2.3	日本における韓流現象と日韓関係へのはたらき	187
4	調査結果の考察	199
4.1	日韓の大衆文化受容と相互認識	199
4.2	草の根における日韓関係	203
5	おわりに	207
終章		210
1	日本のブーム以降の韓流に対する議論の展開	210

2 日本における韓流が韓国に意味するもの	214
3 本稿の反省と今後の課題	218
注	220
参考資料	235

図・表の目次

図の目次

図 2.1: 韓国の放送産業の海外輸出総額の推移	44
図 2.2: 韓国の映画産業の海外輸出総額<左>及び韓国映画の輸出単価<右>の推移 ...	45
図 2.3: 韓国の音楽産業の海外輸出額及び日本輸出額の推移	67
図 2.4: 韓国を訪問した日本人数の推移	67
図 5.1: 韓国の韓流コンテンツの海外輸出総額の推移	149
図 5.2: 韓国の映画産業の海外輸出総額及び日本輸出額の推移	149
図 5.3: 韓国のゲーム産業の海外輸出総額及び日本輸出額の推移	152
図 6.1: 日本; 韓流消費者のジャンル別好み	171
図 6.2: 日本; 韓流接触経験者のジャンル別接触の実態	172
図 6.3: 韓国; 日本の大衆文化消費者のジャンル別好み	175
図 6.4: 日本; 嫌韓言説や反韓流デモなどに対する認識	182
図 6.5: 韓国; 海外の韓流現象がもたらす影響に対する認識	184
図 6.6: 韓国; 韓国社会の韓流に対する期待は高すぎるという認識	185
図 6.7: 韓国; 嫌韓流が韓流展開に及ぼす影響に対する認識	186
図 6.8: 日本; 日韓関係における韓流のはたらきに対する認識	194
図 6.9: 韓国; 日韓関係における韓流のはたらきに対する認識	195
図 6.10: 日本; 日本の韓流ブームによる「韓国人の対日認識の改善」に対する期待	195
図 6.11: 韓国; 日本の韓流ブームによる対日認識の改善	196
図 6.12: 韓国; 韓流展開における日本の重要性に対する認識	197
図 6.13: 韓国; 日本における韓流ブームの成果に対する認識	198

表の目次

表 2.1: 韓流の地域・分野別範囲	34
表 2.2: 韓国における日本の大衆文化の段階別主要開放実態	55
表 5.1: 韓国メディアにおける「韓流」及び「日本+韓流」に関する記事数の推移 ...	123
表 6.1: 日本; 被験者の性別・年齢別分布	168
表 6.2: 韓国; 被験者の性別・年齢別分布	168
表 6.3: 日本; 被験者の韓流への接触経験の実態	170
表 6.4: 日本; 日韓間の外交摩擦と韓流消費との関係	173
表 6.5: 韓国; 被験者の日本の大衆文化に対する関心度	174
表 6.6: 韓国; 日本の大衆文化の受容と対日本イメージの変化	175

表 6.7：韓国；日韓間の外交摩擦と日本の大衆文化の消費との関係	176
表 6.8：日本；被験者の日韓関係に対する認識	177
表 6.9：韓国；被験者の日韓関係に対する認識	177
表 6.10：日本；日本の韓流ブームに対する認識	179
表 6.11：日本；「韓流」という名称に対する認識	180
表 6.12：日本；韓流報道に対する認識	181
表 6.13：韓国；海外における韓流現象に対する認識	182
表 6.14：韓国；韓流現象に関心を持ちはじめた時期	183
表 6.15：日本；韓流ブーム前後における韓国に対する距離感の回答分布	188
表 6.16：日本；韓流ブーム前後における韓国に対する距離感の変化	189
表 6.17：日本；韓流ブーム前後における 「韓国は日本より遅れている」という認識の回答分布	190
表 6.18：日本；韓流ブーム前後における 「韓国は日本より遅れている」という認識の変化	190
表 6.19：日本；韓流ブーム前後における 「韓国は反日社会である」という認識の回答分布	191
表 6.20：日本；韓流ブーム前後における 「韓国は反日社会である」という認識の変化	192
表 6.21：日本；韓流ブーム前後における日韓関係及び外交問題に対する興味の回答分布	193

序章

1 問題提起及び目的

20 世紀末から顕著となったグローバル化、とりわけメディアの進展を背景とする韓流は、大衆文化の超国家的流動現象であり、初期の大衆文化関連商品の流通増加といった意味を超え、地域的に隣接しながらも相互理解や関心が足りなかった東アジア地域の情緒的な共感の形成への可能性を内包するものとして評価される [キム・サンベ 2007 : 230 ほか]。

韓流は現在進行中の流動的な現象であり、今後の予測の付かない点も指摘されるが [ハ、ヤン 2002 : 68]、今のところ、韓国はもちろん、受容国家の現地実状が投影され、経済や文化だけでなく、政治的・社会的にも多大な影響を及ぼしている。つまり韓流は、経済的現象からはじまり、文化現象、さらに政治的現象にまで発展してきたと言える。

とくに日本の韓流現象は 2003 年から 2004 年にかけて NHK 衛星放送から放映されたドラマ『冬のソナタ』の人気に触発され、韓流に対する韓国社会の国民的な関心を喚起させる契機となった。2004 年 12 月 10 日に日本の第一生命経済研究所が発表した報告によれば、当時時点で既にドラマ『冬のソナタ』のみによる総合生産誘発額でも、韓国で 1 兆 1906 億ウォン、日本では 1,225 億円に達していた [第一生命経済研究所 HP 2011 年 12 月 21 日アクセス]。

その後、『冬のソナタ』以外のほかの韓流コンテンツがこれまでもたらした経済的効果は莫大なものである。だが、日本の韓流現象がもたらしたのは、単に経済的な受益だけではない。韓流消費は、単なる大衆文化の消費で終わることなく、韓国への観光やハングル学習のように、能動的な受容姿勢を通じて韓国に対する関心に繋がっていた。韓流ブームが触発した 2004 年の日本内閣府が行った調査によれば、「韓国に親密感を感じる」とした日本人は調査対象者全体の 56.7% で、1978 年に内閣府が当調査をはじめて以来、最高の数値を記録したという [『産経新聞』2004 年 12 月 19 日付]。韓流は日本における社会的反響とともに韓国に対する関心や親密感を、前例のない規模で増大させ、両国の外交関係にも肯定的にはたらくと期待を寄せられた。

長い間日本の大衆文化を非公式・公式経路で輸入または模倣し続けてきた韓国の大衆文化が日本に進出している近年の状況は、過去における支配と従属といった日韓間の文化関係における反転であり、中国や東南アジアのような、ほかの地域における韓流現象とは異なる意義を持つ。

一方、1990 年代末に韓流が中国から始まって以来、短い期間ではあるが、これまでの韓流をめぐる議論は文化と経済、社会領域などさまざまな分野にかけて広範で行われてきた。ところで、韓国における最近の議論、または関連研究の展開は、初期に見られた文化商品としての経済価値を評価する議論や、受容者分析による発生原因の究明に関する研究よりは、韓流を国際政治の手段として活用し、国家利益に関連付ける場合が多い。そして、こ

のような方向の議論が展開するなか、もっぱら韓流の魅力を強調し、海外進出や世界化戦略の必要性を主張しながら、ときに自文化中心主義的な性向、さらには民族主義的な性向を強く示す場合がある。中国文化研究者であるベック・ウォンダムは、2005年の時点で既に日本での韓流ブームに対する韓国の政府やメディアの大げさな期待や評価、そしてそのなかで目撃される多少扇情的な表現（「韓流広報大使」、「日本征伐」）などを指摘しながらも、そのようなありようを韓流に対する韓国社会の経済的な執着、つまり、文化を経済の足がかりをしようとする経済論理として読み取っていた〔ベック 2005 : 38〕。だが、その後も続ける韓国社会の韓流展開における国家主義や民族主義の介入は、韓流を通じた国家アイデンティティの強調、公共外交の手段、東アジアの文化共同体の疎通手段など、より政治的な分野から扱われる傾向が強くなっている。

もちろん、文化の力を活用して国益の増進をはかるのは近年の国際政治の主流な動きであり、このような発想自体を批判することではない。だが、そのような韓流の政治的な効果を強調する議論のなかで時おり見られる自民族中心・自文化中心主義的な性向は、むしろ韓流の今後の展開において支障を呼び起こす危険性を持つ。とくに韓国のメディア上では、韓国文化の優越性や海外拡大の必要性を強調する文化帝国主義の性向を持つ報道内容をよく目にする〔イ・ドンヨン 2006 : 189〕。

こういった韓流議論における国家主義もしくは民族主義の介入に対して、韓国内でも批判や反省の声はある。メディア上ではこのような扇情的な報道ぶりとは別に韓流関連コラムなどを通じて韓流関連言説における民族主義的な性向に対して自粛を求める意見も見られ、いくつかの学術研究においても、同様の指摘が存在する。キム・グァンソクは、2002年のサッカーワールドカップ大会の開催と近年の韓流ブームという二つの事例を挙げ、近年の韓国社会において民族主義が強化していく様相を分析している〔キム・グァンソク 2007〕。また、韓国の韓流関連報道の分析を行ったキム・ヘヨンの研究では韓国の『朝鮮日報』、『東亜日報』、『ハンギョレ新聞』の記事テキストを分類しているが、韓国メディアの韓流議論が、主に世界化、新自由主義、民族主義といった観点から論じられていると分析する〔キム・ヘヨン 2006〕。

だが、上記のキムの研究で筆者自身も述べているとおり、韓流議論の民族主義的な性向を分析するにおいて、韓流と関連したさまざまな現実的な指標を提示ができず、より多様な側面から検討する作業が足りなかったという憾みが残る〔キム・グァンソク 2007 : 102〕。また、ほかの、上記のような一連の批判や反省においても、実際の韓流議論において民族主義が展開されるありようの多様性のみならず、その介入の過程や背景などに対する考察も不足しているのが実状である。

韓国社会・韓国人における民族主義の形成に日韓間の歴史的な特殊性が大きな影響を及ぼしてきたのは周知の事実であり、韓流をめぐる議論における民族主義的な要素を考察するにおいて、どの国より日本の韓流現象が大きな変数として作用しうることが想像に難くない。実際に韓国内の韓流言説で民族主義的な要素が強く浮び上がるようになったのは、韓

流の日本進出以後の時点であり、このような性向はメディアにおける関連報道を中心とし、さまざまな分野から目撃される。だが、日本の韓流現象に対するこれまでの議論では、日本ファンの消費活動による経済的な収益や、日本社会への波及効果が大きく捉えられていた。韓流を日韓関係と結びつけて論じるとき、日本社会における韓国に対する関心の増大、韓国のイメージの向上などの肯定的な機能に注目し、もっぱら日本側の変化に焦点が当てられていた。

本稿では、日本の韓流現象に触発された韓国社会の変化に主な焦点を当て、韓流の発信側である韓国社会における韓流に向けるまなざしや認識などが、日本で 2004 年から 2005 年にかけて起こった韓流ブームを基点としてどのように変化しているかを韓流に関する言説のさまざまな主体のレベルから分析する。その結果を踏まえ、日本における韓流現象がもたらした日本社会の変化に共鳴する韓国の姿勢に対する考察を行ない、日本の韓流現象が全般的な韓流の展開において持つ意義を明らかにする。そして、今後、草の根の交流を軸とした日韓友好の関係構築に、新たな展望や方向が見えてくることを期待する。

2 研究課題及び方法論

本研究の主たる内容は、日本における韓流現象が韓国における韓流をめぐる諸議論、つまり、総体的な韓流を眺める韓国社会のまなざしにどのようなはたらいているかを究明することである。

その分析のためには、日本の韓流現象を前後とした韓国の韓流全般に対する議論の観点の差異を明確にする必要がある。中国や台湾からはじまった韓流現象が日本に進出するまでには数年間のタイムラグが存在しており、その時期の韓流に対する韓国社会のまなざしや関連言説などは日本でのブーム以後の変化との比較対象となるので、それなりの概観をする必要がある。だが、本稿における議論の重点は主に日本でブームが起こってからの、すなわち 2004 年以後の、さまざまな分野における韓国社会の韓流に対するまなざしに置くことにする。

日本の韓流現象を考察の対象とする多くの先行研究においては、日韓両国間の歴史葛藤を背景とし、日本の韓流現象が日本社会の対韓認識に及ぼした影響を分析する作業が主を成してきた [チェ・ヘリム 2011 ほか]。本稿では、日韓の文化交流、さらには日韓関係という大きな枠組みのなかで、韓流現象が日本社会にもたらしたさまざまな対韓認識の変化を踏まえたうえでの、韓国社会の共鳴・反発に焦点を当てる。

さて、本稿で議論を展開するにおいては、いくつかのレベルの韓流に関する議論を分析の対象とし、指標の多様性を確保しようとした。まず、韓国政府の韓流に関連する諸支援策の展開過程を日本における韓流ブームの前後で区分し、比較分析する。ベックは、韓流を巨大な文化資本と国家主義が企画・組織する 21 世紀型の文化産業ビジョンと表現した [ベック 2005 : 39]。韓流初期のその発生原因をめぐる議論では、文化産業界、つまり民間部門

の努力の産物であり、国策と距離をおく議論が多かったが、韓流現象が中国で発芽してから数年が経った時点ではその展開に国家主義の介入の程度が深化しており、単なる後方支援の範囲を超え、展開状況や価値創出の方向性にまで街頭指揮を行う様相である。このような政策の方向性と相互に影響しながら、韓流に関する研究分野においても、文化政治の場における韓流の利用価値に注目する傾向が浮き彫りとなっている。このような政府の政策を踏まえながら、次に、学界における韓流研究の動向を、主に文化研究分野を中心として分析の対象とする。

続いては、韓流の展開過程に従い、韓流を眺めるメディアの観点の変化を考察する。現代社会においてメディアの影響力の重大さは周知のとおりであり、政府の政策や関連研究の分野と違って、直接的に韓流と利害関係を持たない一般大衆の場合は、韓流を認識するにおいて主な情報源となるはメディアの存在である。したがって、韓国のメディアが韓流を社会的な議題として認識する際に、どのような観点を持っているか、またはその変化の様相はどのようなものであるかは、韓国社会の全般的な韓流認識を把握するにおいて重要な作業であると言える。それから、実際に韓国の大衆が韓流全般、また日本の韓流現象に対するさまざまな認識の支配的な流れを観察することの重要性は言うまでもない。

以上の趣旨を念頭において、本論では政府の政策、研究の動向、メディアの報道、大衆の認識といった四つのレベルにおける韓流議論の展開、韓流認識の流れを、日本における韓流現象を境とし、その変化に焦点を当てて分析・考察する。以上の内容をまとめると、本稿の研究課題とは、日本の韓流ブーム以後の韓国における韓流に対する認識の変化を調査すること、韓国の韓流認識態度に日本の韓流現象がどのように影響しているかを明らかにすること、そして、韓流の展開において日韓関係の特殊性が持つ意義をたどり、両者の相互関係について考察することになる。

本研究の方法としては、主に文献研究を基礎とするが、ほかにインタビュー調査や質問紙調査などの社会調査を加える。文献は本研究の主題と関連する諸資料、日韓両国で書かれた論文や研究報告書、出版書物を扱う。ほかに、韓国政府の文化政策や産業実体を探るために、韓国の文化産業を主管する政府機関である文化体育観光部や、その傘下機関である韓国コンテンツ振興院、財団法人韓国文化産業交流財団、映画振興委員会などの諸機関が発行する、政府刊行資料⁽¹⁾を用いた。韓流現象の海外輸出額⁽²⁾の推移をはじめ、各種の経済的効果を示す内容はほぼこれらの資料を参考として整理したものである。また、韓流自体が海外において現在進行中の現象を示しているものであるため、その実状を報道する新聞記事の内容を引用する場合も多く、第五章では韓国メディアにおける韓流報道の性向の変化を探る目的として、韓国言論財団が提供する新聞記事データベースの検索機能⁽³⁾を利用し、韓国の総合日刊紙、経済日刊紙における韓流の発生以来、2010年までの韓流関連記事のテキスト分析を通じて報道の動向を検討した。新聞記事などの出典については参考資料リストには記載せず、本文や注などに媒体名と日付を明記した。これらの参考資料には、本研究が韓国側の言説や議論を主な考察の対象とするため、韓国側の資料が多いが、全て

の韓国語資料の引用においては筆者が和訳を行った。

そして、社会調査については、インタビュー調査と質問紙調査を両方行った。インタビュー調査では、上述の韓国の文化体育観光部の傘下機関である韓国コンテンツ振興院の日本事務所長を務めている金泳徳氏⁽⁴⁾（2011年12月15日実施）、韓流芸能人の日本内活動のマネジメントに携わるX氏⁽⁵⁾（2011年12月27日、2012年1月14日実施）、を対象として行った。より現場に密着した貴重な典拠として、韓流に直接関わる者へのインタビュー調査の結果は、関連文献や新聞報道とともに本稿の参考資料として使った。質問紙調査は、本研究の主題と関連した30項目の設問を日韓両国用に各々用意し、2011年、日本で429名、韓国で483名の有効サンプルから回答が得られた。本調査の結果は、日韓両国の大衆の韓流認識及び相互感情に対する実態を把握する資料として使った。

3 本文の構成

本稿は全8章で構成される。序章は序論として、まず、本研究の主題である韓国における韓流現象を眺める総体的な議論の変化に注目する理由及び日韓関係における韓流のはたらしめをめぐり既存の研究との観点の差別性について記述する。それから、研究の方法論に対する簡単な説明と、全体的な構成、本稿で用いられるいくつかの用語の特殊性について説明する。

第一章から第六章までは本論に該当する。このうち、第一章と第二章では韓国の韓流に対する認識の展開について本格的な議論を展開する前に、先行研究の文献検討を通じて本論の展開に必要な前提、背景について説明する。本稿で、日本における韓流現象の意義を探るにおいて、日韓関係の特殊性は重要な背景となる。よって、まず第一章では日韓関係の特殊性を背景とした両国間の歴史問題をめぐり葛藤関係、そしてその日韓摩擦を背景とした両国民の相互認識の流れを概観する。その概観においては、主に鄭大均[1998;2010⁽⁶⁾]の日韓相互イメージに関する先行研究を参照し、三つの時期に区分して考察を行う。

第二章は、韓流を中心とする日韓間の文化交流の様相を把握する。まず、本研究の主題である韓流の概念に関する理解や、海外における総体的な韓流現象の動向を把握し、本論の展開における理論的な背景を定立する。韓流に関する一般考察では韓流の定義やこれまでの展開段階を区分し、その動向と、韓流が持つ効果を経済的效果と政治的效果に分けて説明する。このうち、韓流の政治的效果は、国際社会における韓国の認知度を高めることから始まり、韓国に対する過去の否定的なイメージを払拭し、親近感や肯定的な認識を持つようになることを意味する。とくに日本の韓流現象による政治的效果は、韓国内で徐々に経済的效果以上に大きく捉えられるようになり、韓国の韓流言説に多くの転換をもたらした点で、本稿の主な考察内容ともなる。

続いて、より広い視座から、日本の韓流現象を含む、日韓間における文化受容のこれまでの経緯を把握する。国民の反日感情を根拠として、長年日本の大衆文化の国内輸入を禁

止してきた韓国における日本の大衆文化の非公式的な受容の実態から、公式開放への展開とその後の様相を概観し、日本の大衆文化の開放から韓流現象に繋がっていく韓国内の文化産業界の展開過程を把握する。それから、韓流以前の韓国の大衆文化の日本進出の様相から、日本社会を巻き込んだ 2004 年を前後とした韓流ブームと、その後の展開状況について記述し、日韓両国の文化交流の歴史において近年の韓流ブームが持つ意義を考察する。

第三章から第六章までは、韓国における韓流を眺めるまなざしの変化に対する考察となる。第三章では韓国政府の韓流に関する政策の展開過程を探り、日本のブーム以後の政策方向の変化について分析する。日本の大衆文化の開放政策が大きな契機となり、規制から支援へとその方向を転換した韓国の文化関連政策は、韓流の持続や拡大に対する一連の支援策から見られるように、中国や台湾を消費国家の中心とした韓流初期の時点では、韓流を大衆文化商品として価値判断し、主に産業面からの育成政策に取り組んだ。だが、日本におけるブーム以後からは、韓流を国家イメージの向上手段として認知し、伝統文化を含む韓国のイメージ全般に韓流の範囲を拡大させ、海外に広報しようとする傾向が強くなる。国家主義の介入によってもつばら韓国の国家アイデンティティを強調する韓国政府の韓流政策の変化に日本の韓流現象がどのようににはたらいているかを考察する。

第四章では韓流と関連した研究分野、とりわけ文化研究の分野において、政府政策の方向と同様、日本のブーム以後に台頭してきた韓流の国際競争力の強化手段としての活用に関するいくつかの議論を考察対象とする。日本における韓流ブーム以後、韓国の文化研究における韓流議論の大きな潮流の一つが東アジア地域の文化共同体の構想における韓流の役割であり、これは、韓流を東アジア地域における人や物、心の疎通の手段として評価し、東アジア地域共同体の統合基盤として活用するという立場である。新自由主義的観点に基づいた韓流の商品化に対しては批判的な姿勢を保ちながら東アジア諸国との平等な双方向性交流を志向している点では、一見韓流をめぐる民族主義的性向の議論に対立しているように見られる。しかし、韓流の持続と拡大を追求し、東アジアの疎通の道具は韓流でなければならないという意識や、韓流を地域共同体をめぐる日中の覇権対立の間で韓国の国際的地位を保証する手段として提示する様子は、自民族中心主義や民族主義の性向を強く感じさせる。同様に文化外交やソフト・パワーの手段として韓流を利用しようとする議論の活発化も、もつばら国家利益を重視した国家主義の強い介入によって、能動的な文化実践であるはずの韓流の意義をなくす危険性を持つ。第四章では文化研究において最近活発化している、これらの文化政治をめぐる韓流言説の傾向から見られる韓流に対する過剰な期待において、日本の韓流現象が持つ意味を考察する。

第五章では、韓流現象の発生以後から 2010 年までの韓国の韓流に関する新聞記事の分析を通じて、韓国メディアにおける韓流報道の傾向の変化を日本の韓流現象の前後に分けて分析する。日本における韓流ブーム以前の段階において、韓国のメディアは、「韓流は若者向けの一時的流行に過ぎない」という観点から政府の支援政策に懐疑的な立場を示していたが、日本のブーム以後からは韓流の広報や支援の声を上げている。とくにこの時期から

の報道の特徴として、刺激的な文句とともに民族主義的性向が強くなっており、また、2005年半ばからの日本における韓流現象の低迷や嫌韓流を含む否定的状況に対する誇張報道のありようから、韓流現象の終焉や危機に関する言説が台頭する。だが、その後日本における韓流が活気を取り戻すと、メディアの報道姿勢もそれに従って大きく転換する。日本の韓流展開に従って変化する韓国内の韓流報道の動向を把握したうえ、上記のいわゆる「韓流危機論」の分析から、韓流受容国家として日本が占める位置や意義を把握し、日韓関係の特殊性が韓国における韓流議論の展開にどのように作用するかに対する考察を行う。

第六章では、日韓両国民を対象とした質問紙調査の結果をもとに、韓流と日韓間の相互認識の関係について考察する。主に日本の韓流ブームの直後に行われた多くの先行研究において、日本の韓流ブームによる日本社会の対韓認識の変化はごく一部の韓流受容者に限られている傾向が強かったとされている。本章の調査では、韓流の消費者に限ることなく、一般の日本人を対象とし、韓流に対する認識を尋ね、その結果の分析から日本人の韓流に対する認識や対韓認識への影響を検討する。韓国側の調査では、やはり一般の韓国人を対象として日本の大衆文化の受容実態や対日認識への影響、そして、韓国人の日本の韓流受容に対する評価や認識の態度を観察し、日本の韓流現象が韓国人の総体的な韓流認識に及ぼす影響などを検討する。これらの調査結果を踏まえ、日本における韓流現象が日本人だけでなく、韓国人を含む両国の相互認識にどのようなにはたらくかを考察する。

以上の政府、学界、メディア、一般大衆といった四つのレベルにおける韓国の韓流に対する認識の変化に関する各章の小括を踏まえたうえ、終章では韓国の韓流に対する認識の展開についてまとめ、より包括的な視座から韓流と日韓関係の相互はたらきについて考察し、今後の展望について提言する。

4 用語の定義

本稿の議論の展開するにおいて、いくつかの用語についてあらかじめ定義しておきたい。本稿では「韓流」や「日韓関係」などを主題とし、日韓の両国における議論や言説を引用するが多いが、両国間の観点の差によって言葉が意味する概念に認識の差異が生じることがある。細かい部分は議論の展開するに当たって記述するが、まず頻繁に用いられるいくつかの言葉の用法の特殊性について述べておく。

まず、主に第一章の日本における対韓認識を概観するにおいては、「韓国」といった呼称が多少曖昧な概念で使われる場合がある。周知のとおり、日本の植民地支配から解放された朝鮮半島は1948年38度線を基準とした南北に異なる二つの政府が樹立する。北側は日本で北朝鮮（韓国では「北韓」）と呼ばれる朝鮮民主主義人民共和国（Democratic People's Republic of Korea）であり、南側が韓国と呼ばれる大韓民国（Republic of Korea）である。過去日本で朝鮮半島、朝鮮人と認識していた概念が1948年を基点として異なる理念を持つ二つの国と国民に分断されているわけであり、このような事情が反映された結果、現

在の在日コリアン⁽⁷⁾を指す場合を含めて、とくに終戦直後の日本における朝鮮、北朝鮮、韓国に対する区分が明確にされない場合が生じる。

鄭も、第一章と関わる先行研究において、北朝鮮と韓国の二つの国名には共通する地域や民族が無いことを指摘しながら、「韓」と「朝鮮」はいずれも半島全体を指す古い名前であり、それぞれ半島の唯一の正当性を主張する政治的立場に連動した名前であることから、両者を総称することが難しいと語っている。ただし、考察の対象が主に南側の韓国であるため、大まかに言って、「韓国」といった呼称が大韓民国の呼称として用いられるとともに、韓国語や韓国文化というように、韓国が北朝鮮と共有する事象にも用いられる場合があること、また、1948年の南北分断以前の記述においては「朝鮮」を原則として用い、「韓国」と「朝鮮」を併記する方法をとる場合もあることを明示している〔鄭 2010〕。

上述の事情を踏まえ、本稿の第一章の日本における対韓認識の時期別概観においても、先行研究による「韓国」と「朝鮮」の併用をそのまま引用し、同様の基準から併用して論を展開することにする。また、第一章以降、「日韓関係」のように「韓国」を示す場合では、現在の大韓民国や南北分断以前の朝鮮半島のことを総じて意味することが多い点をあらかじめ明かしておく。

次に、本稿で頻繁に用いられる「大衆文化」という用語について述べておきたい。後述するが、「文化」という言葉自体、広範な範疇を持っており、解釈の観点によって分析の様相も異なる。同様に大衆文化も学者や学派、時代や社会、議論の方向などさまざまな条件によって多様な定義を持つので、その普遍的な概念を定立するのは簡単ではない。大まかに言えば、大衆文化は Popular Culture または、Mass Culture の意味で通用されるが、両者は相異なる発展過程を展開してきた。「Mass」の場合、ドイツ語の「masse」にその起源を持ち、この単語はヨーロッパ社会の非貴族層、教育を受けていない労働者層及び貧しい人を称するといひ、集団性や低級性、無知などの否定的なイメージを持つ〔Storey 1993；パク 2001〕。「popular」の場合は、人気や流行を意味する形容詞で、時代によって流行するある物事や現象を意味し、多数の人が享有する文化としての意味を持つ〔キム 2003：34〕。両者は同一な対象を異なる時点から定義する概念であるが、このように文化に関連する用語は使用の観点によって異なる範囲や意味を示すようになる。現代の大衆文化は主にマスメディアによって大量生産・流通される文化として理解され、高級芸術と対比される概念として扱われてきた。韓国においても戦後長い間の軍事政権を通じて、大衆文化は低級なものとして扱われ、検閲の対象となってきた経緯を持つが、近年の韓流に対する評価から見られるように、国家のレベルから肯定的な評価を受けるようになったのは最近のことである。本稿では、「大衆文化」の意味を、主に「企業やコミュニケーション機構により一つの商品として大量複製技術によって生産され、多数の人により享有される文化」、たとえば、映画、放送番組、大衆音楽など、文化コンテンツ産業の諸ジャンルを指すことにする。

一方、日本のアニメーション、マンガ、テレビドラマ、映画、大衆音楽（J-Pop）などの大衆文化ジャンルの公式開放は、韓国社会において長い間の懸案となってきたが、一連の

議論上では「日本大衆文化」という名称で表記されてきた。1998年10月20日に韓国政府が発表した開放方針においても「日本大衆文化の段階的開放方針」と明記されるなど、日本の大衆文化ジャンルは韓国では「日本大衆文化」と表記される〔韓国放送開発院 1998 ほか〕。したがって、本稿でもこれらの議論や方針などを引用する場合は、そのまま「日本大衆文化」と表記し、「日本の大衆文化」と同じ意味として使用する。韓国の大衆文化はそのまま「韓国の大衆文化」または、議論の必要性によって「韓流」と表現する。

続いて、本稿の議論を展開するにおいて、「ナショナリズム (Nationalism)」と「民族主義」の用語の概念や混用について、簡単に説明しておきたい。

ナショナリズムについては、数多くの学者がその概念の定義に挑戦してきた。アンダーソン (Benedict Anderson) は、「ネーション (Nation)」を「想像の政治共同体 (Imagined Political Community)」と定義する。近代技術の発展によって、出版物の大量流通などが共同体の境界を確定し、一つの「国家」として認識するようになるが、このように、文化的・人為的に創られた「想像の政治共同体」が特定の空間の中で、まるで実在するかのように共同体の構成員に共有され、ネーションの概念が形成するという [Anderson 2002 ; ユン訳 2004]。想像が作り出した国家に対する帰属意識は、ネーションを結束させ、「ナショナリズム」が形成するのである。

一方、スミス (Anthony D. Smith) は、ネーションの歴史的な原型として、「エスニック (ethnic) 共同体」の概念を用いた。エスニック共同体は、集団固有の名前、独自の文化の共有、共通の祖先に関する神話、共通の歴史に対する記憶、故郷の土地との関係や心理的な共感、民族集団を構成する相互連帯といった 6 つの構成要素を持つ。近代化と進むと、エスニック共同体は、共通の歴史と神話、公的な文化、共通の経済や権利・義務を共有する特定の集団、つまり、「ネーション」を成すようになる。このネーションに自治・団結そしてアイデンティティーを形成・維持させるイデオロギーが「ナショナリズム」であると、スミスは定義する [Smith 1986 ; 巢山ほか訳 1999]。

ほかに、ホブスボーム (Eric J. Hobsbawm) はナショナリズムを「社会・政治的な変化に相応し、支配階級が大衆を動員するにおいて、その指示を通じて成立した一種のイデオロギー」と定義する [Hobsbawm 1994 ; カン訳 1998]。

このように、ナショナリズムは複雑かつ多義的で、地域や時期によって理念的要因や政治・経済・社会的な要因との関係の様相が異なる。したがって、ナショナリズムまたはネーションの概念は、学者によってその定義と起源がさまざまであり、その明確な概念をまとめるのはなかなか難しい作業である。そもそも英語の「ネーション」の概念自体、西欧とは異なって日本や韓国のようにネーションと国家の領域的・人的連続性が一致する地域では、さらに説明が難しくなる。ゲルナー (Ernest Gellner) の言う、ナショナリズムが近代社会に入ってから国家教育制度によって文化の同質性を共有しながら作られたと言う論理は [Gelner 1983 ; 加藤訳 2000]、日本や韓国の実相ではなかなか適用できない。

このように多義的な概念であるナショナリズムについて、鈴木は、ゲルナー (Gelner 1983)

や、バーリン (Isaiah Berlin 1978), コーン (Hans Kohn 1944), ハーツ (Frederick Hertz 1944) などの、一連の学者の定義をまとめ、「国民 (ネーション) をして自らを他から区別して意識せしめ、その伝統・使命・利害を強調する思想あるいは運動である」と定義を下している [鈴木 1997 : 20]。

一方、日本と韓国の両者の間でも、ナショナリズムの解釈に観点の差を示す。日本ではナショナリズムを「国体」、「国性」、「国民主義」、「国家主義」、「国粋主義」、「民族主義」等々と、さまざまな訳語があり、なかなか定まらずに結局はカタカナで表記されている [鈴木 1997 : 16]。それに対し、韓国では「ナショナリズム」を一般に「民族主義」と訳し、両者を区分しない。その理由として、亜細亜政策研究院は韓国の近代以降の歴史において、反植民地的 (抵抗的) 民族主義の経験だけを持っており、国家主義や国民主義の経験を持っていないからであると分析する [亜細亜政策研究院 1978 : 14-15]。

たしかに、韓国における「民族主義 (ナショナリズム)」については、共通の言語、血縁、文化に基盤する前近代的なエスニック共同体が 19 世紀末の外来勢力の侵略により「抵抗的な民族主義 (ナショナリズム)」を形成するようになったという観点が一般的である [ジョ 1994]。韓国の民族主義もまた、日本帝国主義の植民地期には反帝国主義、反植民地主義を標榜する自主独立運動として、解放以後には南北の自由主義と社会主義を超える統合のイデオロギーとして、そして、韓国戦争による南北分断の以降は、国家統一のイデオロギーとして機能するなど、歴史過程によって多様な性格を持って展開してきた [リュウ 2004]。

以上の背景を踏まえ、本稿では韓国社会における韓流に関するまなざしを理解する一つの論点として、韓国の韓流をめぐる議論において「民族主義 (ナショナリズム)」がいつ介入し、どのように展開するかを考察する。だが、上述したとおり、日本の場合と異なって、韓国では多くの場合「ナショナリズム」を「民族主義」と翻訳するため、議論の展開においてほとんど区別がなく、混用するケースが多い。本稿においても、韓国の一連の議論で登場する「ナショナリズム」と「民族主義」の二つの用語を同一の概念として見なし、引用の場合はそのままとし、それらを日本側の議論上で使われる「ナショナリズム」と同様の意味として扱った。

以下、ほかの用法については、議論の展開にしたがって、適所にて記述することにする。

第一章 日韓関係と両国認識

1 戦後における日韓関係の時期区分

日本と韓国は地政学的にもっとも近い距離に位置しており、歴史的に深い関係を結んできた。古代から活発な人的往来やさまざまな文物交流、ときに侵奪の歴史が繰り返されてきた両国関係であるが、とりわけ近代に入って韓国が36年間日本帝国主義の植民地支配を受けた歴史的経験は、その後の両国関係の大きな壁となっている。

1945年8月15日太平洋戦争で日本が敗戦し、韓国は植民地支配から解放されてから既に半世紀以上が経っている。これまで日韓両国は、国交を結び、東アジアにおける近隣同志の自由主義国家として、安全保障や経済部門を中心に協力体制を維持してきたが、そのような同盟関係のなかでも両国は政治的葛藤・外交摩擦を繰り返してきた。

そして、日韓両国の相互認識では、過去の歴史認識に対する問題のみならず、両国関係をめぐる時代的背景、とりわけ現在進行中の政治的摩擦関係が投影され、心理的距離や相互反感を露呈してきた。

韓国社会は日本から見れば、「反日」の性向が強く、韓国内の「親日」は社会全体の非難の対象となる。韓国で「親日」は、単純に「日本が好き」、「知日」を意味するだけではなく、植民地時代に日本の帝国主義に加担した民族の裏切り者の意味として受け入れられる場合が多い。したがって、韓国社会内の公の場で韓国人が自ら「親日（日本が好き）」的な発言を行うことは非常に難しい。また、2004年に「日帝強占下親日反民族行為真相究明に関する特別法」が韓国国会で可決され、2008年には「民族問題研究所⁽¹⁾」が親日人名辞典に登録するための人名リストを公表するなど、「親日」をめぐる議論は韓国内の歴史清算の一環として敏感な事項となっている〔平田 2008 : 60〕。

このように、日韓両国民の相手国に対する心理的距離はなかなか縮まず、長い間「近くて遠い国」という表現が両国関係をもっとも適切に示す言葉として用いられてきた。伊藤 亜人は「近くて遠い」という表現は、基本的に近いはずの両国関係において双方の認識が一致せず、期待とおりうまく行かない不満から起因していると述べるが〔伊藤 2007 : 58〕、両国間の歴史認識や戦後処理をめぐる観点の差は、戦後の日韓関係において大きな壁となっていた。

以下では、日本の戦後（韓国の解放後）から近年に至るまでの日韓関係を、大きく三つの時期に分け、歴史問題をめぐる政治的出来事を中心として概観しながら、両国民の相手国に対する認識がどのように展開してきたかを探る。

戦後日韓関係の時期区分については、先行研究として鄭の著作『韓国のイメージ：戦後日本人の隣国観（増補版）』〔2010（初版は1995）〕や『日本（イルボン⁽²⁾）のイメージ：韓国人の日本観』〔1998〕を参照とした。鄭は、これらの二つの著作において、戦後日韓関係の展開や両国民の相互イメージの変化の過程を、終戦の1945年から1965年の日韓国交樹

立までの 20 年間を第一期とし、その以後から 1983 年までのほぼ 20 年間を第二期、それ以降 1998 年までの時期を第三期と区分し、増補版で 1998 以降から書かれた時点までを第四期として加えている。本章ではこれらの時期区分を参考とするが、鄭の時期区分上の第二期と第三期を合わせて、三つの時期と区分して概観を行いたい。

2 第一期（戦後から国交正常化まで）

2.1 第一期の日韓関係

日本の戦後、すなわち韓国の解放以後の日韓関係における最初の懸案は過去の歴史に対する清算であった。しかし、東アジア地域における当時の「冷戦」体制は朝鮮半島に南北分断をもたらしたが、これは、日本が植民地から解放された韓国（朝鮮）との間の新たな関係構築に取り組む緊急の必要性から解放されることを意味した。冷戦体制の下で日韓両国はともに自由主義陣営の一員として、歴史問題の清算が解決されないまま、米国との同盟関係を媒介に結び付けられる状況に置かれていた [木宮 2007 : 48]。

日韓関係史のなか、1945 年から 1948 年までの米軍政時期には韓国が主体的な交流を行う立場ではなかったため、日本とも全く公式交流がなかった時期であった。1948 年に入ってから、韓国の李承晩大統領の非公式訪日を契機によりやうく両国間の交流が始まる。その後、韓国戦争の最中であった 1951 年 10 月の日韓予備会談をはじめ、1964 年までに総 9 回の会談及び接触が続いた。だが、当時韓国の李承晩政権の公式的な政治路線は「反日」イデオロギーであった。

ジョン・ジェホによれば、解放直後（日本の終戦直後）の南北を問わず韓半島（朝鮮半島）の政治指導者は、自分の正当性を訴えるもっとも有効な手段として反日言説を用いたという。韓国の初代大統領である李承晩も植民地期に上海臨時政府の大統領職、米国での抗日運動家のイメージを利用して政権を握っており、国民の支持を受けるために反日路線を公式的な支配イデオロギーとして全面に立てていたのである [ジョン 2002 : 132]。

韓国の公式的な反日路線の標榜を背景とし、日韓間の公式交流の始まりとともに、日本に住む在日コリアン問題を含む両国間の歴史問題、領土問題など、両国間のさまざまな懸案が協議に蹉跌を来たしていた。まず、1952 年 1 月 18 日に李承晩政権が「隣接海洋に関する主権宣言」を通して竹島（独島）を含み公海上までつながる李ライン⁽³⁾を宣布したことをはじめ、1953 年 10 月に開催した第三次日韓会談の財産請求権分科委員会の第二回会議で日本側の首席代表であった久保田貫一郎の歴史問題をめぐる発言問題⁽⁴⁾、1959 年 2 月 13 日には日本政府による在日コリアンの北送問題⁽⁵⁾も韓国における反日感情を刺激した。

このような日韓間の政治摩擦を打破する方法は「経済協力」であった。日本政府は米国政府との事前合意を経て、1961 年 1 月に開始した第五次日韓会談の前に、韓国側に請求権の代わりに無償援助を提供すると提案した [木宮 2007 : 49]。

軍事クーデターによって第 5 次会談は中断されることになったが、民主党政権を軍事クーデターで倒して登場した朴正熙政権は、日本から経済的財源を確保する必要性によって日本との国交を樹立するために力を向けた。日本政府としても請求権問題の解決、韓国戦争特需で増大した外貨保有高の活用などの必要によって、反日標榜をやめた韓国の路線変化に対応し、過去に比べ両国の間では相互協調的な雰囲気が作られた [ジョン 2006 : 9]。

このような日韓間の協力雰囲気には、両国の利害関係の以外に、東アジア地域における社会主義陣営を牽制し、自由主義陣営の安全保障体制を図る米国の仲裁や圧力が大きく作用していた。その結果、1962 年 10 月と 11 月の第 6 次会談にて、無償供与 3 億ドル、有償供与 2 億ドル、商業ベースによる貿易借款 1 億ドルといった内容で過去事に対する請求権問題を暫定妥結することで一段落した。

このような内容が韓国内に知られると、野党や社会・宗教・文化団体などが「対日屈辱外交反対汎国民闘争委員会」を組織して日韓会談に反対し、学生や市民団体も集会や示威を行い、朴正熙政権を糾弾した。しかし、朴正熙政権は国民の反対にもかかわらず、東アジア地域の米日韓安保同盟体制を構築しようとする米国の強い圧力や、何より日本からの資金をもとに経済成長を成し遂げ、当軍事政権の正当性の不在を補完しようとする意図で、日韓国交樹立を断行した [ジョン 2002 : 137]。

2.2 第一期における日本人の対韓認識

鄭は第一期、すなわち日本の敗戦直後の日本人の朝鮮人に対する認識は在日朝鮮人を念頭において、極めて否定的なものであったと述べながら、一方、朝鮮半島の朝鮮人に対しては一貫して無関心または、意識的に避けるという意味で、「避関心」の態度を見せていたと指摘する [鄭 2010 : 13-14]。

まず、鄭はこの時期の韓国（朝鮮）に対する日本人の否定的な認識の根拠として、楠弘閣が 1939 年と 1949 年に行った「日本人学生の諸民族に対する好悪調査」や 1951 年に東京都民を対象として泉靖一が実施した「異民族に対する態度調査」の結果を挙げ、戦前には多くの他民族のうち、比較的好感度の高い位置を占めていた朝鮮人が、戦後極めて好感度の低い位置に転落していると述べる [鄭 2010 : 2-7]。

この時期の朝鮮人（韓国人）に対する低い好感や嫌悪感には、ほかの世論調査結果からも同様に見られる。小倉紀蔵は、1951 年に長谷寛が実施した「日本人の人種的偏見」という調査内容を引用し、戦後日本人の好感度順位で韓国人は 15 位⁽⁶⁾で下位にとどまり、また「好」の比率が 2%で極端に低く、「嫌」の比率は 44%で圧倒的に高かったことや、当時の韓国人が持つイメージとしては「不潔」(67.3%)、「ずるい」(43.7%) など、主に否定のイメージが支配的であったことを挙げ、この時期の日本における韓国観が非常に否定的であったことを示している [小倉 2005 : 55-56]。

もちろん、近代以来、西洋近代文明を最高の基準とみなし、それとの距離を測定して優

劣を論ずる傾向により、日本の先進性と朝鮮の後進性・停滞性という両国構図の概念が、植民地期を通じて維持されたのは周知のとおりである [旗田 1969 : 35]。だが、このような伝統的な朝鮮観には朝鮮に対する軽蔑感や、自らに対する優越意識とともに、戦前の日本が朝鮮に対して持っていた一種の信頼や共感、連帯意識などの親密感も含まれていたが、それは、戦後の朝鮮に対する認識の調査結果からは、ほとんど見られなくなっている。このような否定的なイメージの理由について、鄭は、日本の敗戦後に日本と朝鮮を繋いでいた運命共同性が消失し、朝鮮人に対する眺めが変化したのは当然のことであるが、好感度がかくも急激に下落したのは、終戦直後の在日朝鮮人の行為が多く日本人に「無法者」や「悪者」の印象を与えた結果であると判断する [鄭 2010 : 2-3]。

結局、この時期における朝鮮人に対する否定的なイメージとは主に日本内に滞在する朝鮮人、つまり在日コリアンに対する認識が全体の朝鮮人に対するイメージを表象させているのであり、植民地期を通じて日本が朝鮮に対して持っていた一種の連帯意識が両者の急速な関係変化によって喪失かつ悪化したものであると言える。

一方、鄭によれば、こうした日本と朝鮮との間の紐帯は、敗戦を機に一気に反古にされ、朝鮮の存在は人々の脳裏から消え去っていったといい、当時の学校教育では日本と朝鮮半島との不幸な歴史に言及することがあまり無く、植民地体験者は自己の体験を語ることを避けていたと語る [鄭 2010 : 14]。日本が敗戦の直後からしばらくの間、韓国に対して無関心・避関心の姿勢を見せたという鄭の指摘と同様、伊藤亜人も、戦後日本の朝鮮半島に対する避関心の態度は、過去の植民地支配、敗戦からくる罪悪感や挫折感によるものであろうか、植民地期の記憶を封印するような姿勢を反映していると述べる [伊藤 2007 : 50-51]。

終戦直後、国の再建を最優先の課題とし、その発展モデルとして米国をはじめとする西欧先進国がもっぱら関心の対象となっていた日本にとって、敗戦の記憶を浮かび起こさせる在日朝鮮人や韓国の存在は意識的であれ、無意識的であれ、視野から外されていた。しかも当時の韓国政府（李承晩政権）における反日路線の標榜、両国の政治摩擦といった対立状態の下、韓国は目障りのような存在として刻印され、長年にかけて隣国に対する心理的距離を維持させるようになる。

2.3 第一期における韓国人の対日認識

韓国人にとって日本という国が持つ意味は極めて特別である。隣接した両国は古代から人や文物の往来、交流を通じて密接な関係を持っており、遺跡から発掘される出土品から言語や神話、頭骨の形態や血液型にいたるまで多くの類似性や類縁性を持っている [鄭 1998 : 4]。だが、この密接な関係の中には両国間の葛藤や摩擦の記憶が多く、韓国の歴史的記憶において日本は主に加害者としての存在であった。植民地支配の不幸な記憶を含む日韓間の長い歴史やさまざまな出来事は、韓国の対日認識の形成において、被害者意識とともに、憎悪感と親密感が共存する、複雑かつ特殊な関係を作り出した。

1945 年、日本の敗戦で韓国は植民地支配から解放を迎える。しかし 36 年間にわたった植民地支配は解放以後も韓国の国民において日本に対する心理的葛藤をもたらした。鄭は、植民地期から解放した直後の韓国社会において、反日と郷愁、憎悪と愛着の共存が植民地時代や日本に対する多くの韓国人が持つ二様の眺めであったとし、そのような感情が戦後長く続く韓国人の日本に対するアンビバランスの原型であったと述べる [鄭 1998 : 92]。

たしかに、解放後の米軍政期、民族の理念対立と分断、そして戦争の経験など、不安定な政局や貧困のなかで、当時の韓国人が持つ過去の植民地期や日本に対する認識が均等なものであったとは考えにくい。しかしながら、この時期の韓国人が持つ日本に対する支配的な国民情緒は主として「反日情緒」であった。解放直後の時期には、当時韓国人の日本に対する認識調査や世論調査などの資料が見当たらないので明確な分析ができない。ただし、解放後の韓国政府の政策路線に関する多くの研究から、解放直後から 1950 年代までの時期における韓国政府の対日政治路線は公式的に反日体制を表明しており、このような政策の方向性は当時の国民の支配的な反日情緒を意識した結果でもあったという記述から、解放後の韓国人の間において反日感情が蔓延していたことが類推できる [林 2005 ; ジョン 2006 ほか]。

言うまでもなく韓国人が持つ支配的な反日情緒の直接的な原因は主として植民地支配の記憶による反感である。敗戦後に日本は、帝国主義時代に東アジアで行った歴史問題への謝罪や反省、そして日本国内の民主的改革が要求された。しかし、冷戦体制の最前方となった東アジアにおける当時の国際情勢によって、このような日本の課題は未解決となったまま、米軍政の下でもっぱら民主化や経済発展に集中する結果をもたらした [木宮 2007]。帝国主義の被害国家である韓国にとって、歴史問題が清算されていない日本は自然に深い反感の対象となっていた。

だが、上記の鄭の指摘とおり、当時の韓国民全てが日本に対して反感だけを持っていたわけではないし、また、反日感情が多数の認識とはいえ、韓国人が一貫して反日を表出していたわけでもない。解放直後の韓国社会では当時の李承晩政府が反日路線を標榜したことにより、反日社会の性格が強く見られるが、ジョンによれば、解放以後の韓国社会において反日感情が日常の全てを支配したわけではなく、潜在していた反日感情が日韓摩擦のときに増幅されたり、政権の意図により呼び起こされたりした様相を見せてきたという。たとえば、前述した 1953 年 10 月に開かれた第三次日韓会談の財産請求権分科委員会の第 2 会議で日本側の首席代表であった久保田貫一郎の植民地期関連発言のとき、韓国政府は会談を中止したうえ、国内で「久保田妄言」を忌憚する示威を助長した。また、1959 年 2 月に日本政府が在日朝鮮人の北送を決定したときも、韓国政府は広報室を通して北送に反対する国民的覚醒を求めたことがある。戦争の後遺症や経済的沈滞、権威主義に対する反感の高潮など、いずれも国内情勢が不安であった当時、不満に満ちた国民の注意を回避するために、反日感情を刺激したのである [ジョン 2002 : 132-134]。

戦後の韓国社会における反日情緒は過去の日韓間の歴史問題から起因する自然なもので

はあったが、韓国人が反日感情を対外的に表出することは主に政治的に持ち出された場合が多かった。韓国政府の反日政策は国民感情にアピールするには効果があったと言えるが、必ずしも国民の日常に蔓延した反日情緒を反映して対日政策の方向性を決めたとは限らないのである。

このように、基底には反日感情が潜在しながらも、親密感と拒否感といった多様で矛盾する感情が交錯する解放直後の韓国人の対日認識は、同時期の日本人が持っていた、意識的であれ、無意識的であれ、韓国に対する関心を示さない態度とは対比を成すものであった。この時期の韓国人の対日認識は、日本との直接な交流が断絶されていた当時の韓国社会の状況下で、主に政府の政策やメディアにコントロールされながらも、たとえ否定的な性向が強いとはあれ、日本に対する深い関心を示す態度として、戦後の日韓関係に伴って大きな変化無く維持されていった。

3 第二期（国交正常化から日韓共同宣言まで）

3.1 第二期の日韓関係

1965年6月22日には「日韓間基本関係に関する条約」を通じて日韓両国の国交が正常化した。しかし、日韓間の国交正常化は、韓国内では、歴史問題をめぐる諸課題の清算が不十分であるとし、樹立以後においても持続的に問題が提起され、批判を受けるようになる。

日本内においても、韓国ほどの高い関心や激しい反対があったわけではないが、左翼や左翼系の言論、朝総連⁽⁷⁾（在日朝鮮人総聯合会）などの関連団体から反対表明もあって、ほかにも国交樹立に反対する意見が多数存在していた。反対の趣旨は主に、朝鮮半島において南北の両朝鮮が存在するにもかかわらず、日韓国交正常化は一方だけへのテコいれを意味し、南北分断を固定化し冷戦構造に日本をいっそう巻き込むもので「日本の平和が奪われる」といった視座に基づいた批判であった〔木宮 2007 : 55〕。

韓国側の反対の趣旨が、主に過去の日本による植民地支配をめぐる歴史認識から語られたことに対し、日本側の反対は、過去の歴史から切り離され、主に現在の安全保障を視野に入れて語られていた点からも、両国の過去問題に対する認識や相互に対する意識の程度に、観点の差が生じていることがうかがえる。

一方、このような両国内の反対意見にもかかわらず、冷戦構造といった国際情勢を背景とした安全保障のための協力体制の必要性やそれに起因する米国の仲裁や圧力、経済部門の協力と歴史問題の清算といった実利の追求など、さまざまな要因が絡まって日韓間の協力体制が構築された。それから、両国の政治家の間では、「日韓定期閣僚会議」や「日韓議員連盟」、「日韓協力委員会」などの公式・非公式チャンネルが設けられ、互いの意見を調律しながら、しばらくの間、両国の友好的な関係が維持されるように見られた。

国交樹立の以降、日本政府はしばらく韓国政府を朝鮮半島（韓半島）の唯一な合法政府

として認め、韓国との友好関係を重視する姿勢を取っていたが、1970年代に入り、日本政府の対北朝鮮政策の路線に変化が起り、北朝鮮との関係の重要性を意識しながら日韓関係が冷却した。そのうち、1973年の金大中拉致事件⁽⁸⁾と、1974年の文世光による陸英秀女史狙撃事件⁽⁹⁾は、両国関係にさらに深刻な影響を与えた。とくに金大中拉致事件は、日本政府から日本に対する主権侵害とされ、同年9月予定の日韓定期閣僚会議を取り消し、部分的な経済制裁措置を取るという強硬対応の姿勢を示すなど、両国関係はさらに悪化し、国交断絶が言及されるほどの深刻な状況に向かった〔張 2005：16〕。

しかし、当時のベトナムにおけるサイゴン陥落と米軍の撤収といった国際情勢を意識し、両国はふたたび関係改善を模索するようになった。1977年3月22日のカーター・福田共同声明では韓半島の平和と安全が日本を含む東アジアの安保に重要である点を強調するなど、日本でも日韓関係の重要性が認識されるように見られた〔ジョン 2006：18-19〕。

その後、韓国では朴正熙大統領の暗殺後、全斗煥軍事政権が登場しながら政治権力の世代交代が行われた。1982年に登場した中曽根内閣は、従来の経済援助中心の受動的な日本外交を、政治的なイニシアチブによる積極的な方向へと転換する必要性から、初めての海外訪問国として韓国を選び、1983年1月11日韓国を公式訪問した〔張 2005：17〕。韓国政府も中曽根内閣の前向きな対韓政策に積極的に対応し、1984年9月、全斗煥大統領が国家元首としては初めて日本を公式訪問した。対米関係を重視する共通点を持つ日韓両国の政権は、米日韓の三角の保守同盟体制を形成し、しばらくの間、「反共」の絆をもとに友好と協力の時期を謳歌した〔ソン 2008：44〕。

だが、全斗煥政権と中曽根内閣の協調関係をもとに日韓間の友好的な雰囲気が造成されるなかでも、1985年、中曽根首相の靖国神社参拝や、1986年には歴史教科書問題の再現など、両国関係において歴史問題が絶え間なく争点を与える要因として存在していた。このように、両国の摩擦を起こす事件が発生した場合も「反共」のための同盟体制を維持してきたことから見られるように、この時期の両国間の歴史摩擦のような感情の対立は、安全保障を優先した協力次元で克服または抑制される一面もあった〔張 2005：18〕。

それから1980年代末を前後として、日韓関係をめぐる状況にさまざまな変化が訪れる。まず1987年には、全斗煥政権が終わり、韓国社会は民主化⁽¹⁰⁾を果した。韓国社会の民主化の成功によって、ようやく日韓両国は民主主義体制という共通の価値観が共有できるようになった。またその翌年、1988年のソウル・オリンピックの開催は多くの日本人が民主化と経済発展といった韓国社会の変貌を目にして、日本社会が長年韓国に対して持っていた、軍事政権、低開発国、戦争などの暗いイメージを大きく払拭する契機となった。

国外では、米ソの対立による長年の冷戦体制が終息すると、日韓両国をめぐる国際情勢も大きな変革を迎えていた。朝鮮半島にはいまだに南北分断という冷戦体制が続いていたが、北朝鮮の存在は、従来の旧ソ連のような米国にとっての共産主義の威嚇というよりは、いわゆる「ログネーション (Rogue Nation)、テロ支援の危険がある国家」としての危険性であり、旧ソ連解体後のロシアのと同様、米国の仮想敵国にはならなかった〔金榮作 2007：

18]。つまり、日韓が共同で対抗すべき共産主義の脅威が消滅したことは、米国の仲裁によって長年日韓関係を制約してきた、東北アジアにおける反共の協力関係の重要性を国内の政治・経済問題より優先視する必要がなくなったことを意味するのであった [張 2005 : 18]。過去、韓国は、冷戦の下で米国の仲裁や圧力、また、日本の資本や技術に依存する程度が高かった経済状況を考慮した軍事独裁政権の判断のもとで日本との友好関係を害し得る対日行動を自制してきた。しかし、経済発展と民主化、そして脱冷戦といった国内外の情勢の変化によって、もはや日韓間の歴史問題をめぐる懸案が、安全保障や経済協力のために政治的な制約を受ける必要は弱まったのである。

結果的に、韓国社会は日韓間の歴史問題に対してより厳しいまなざしを向けるようになった。1990 年 5 月 24 日、韓国の盧泰愚大統領の日本訪問の当時、日本の天皇が過去の植民地支配について「痛惜の念⁽¹¹⁾」と表現したことは、韓国社会の反日感情を刺激し、これを契機に、韓国社会の歴史問題に対する関心が喚起された。また、1991 年 12 月 6 日には、「従軍慰安婦」問題が両国間の敏感な懸案として浮び上がったが、この時期には植民地期の被害者による日本政府への訴訟が続き、両国間の重大な関心事となっていた [ジョン 2002 : 139-140]。

一方、脱冷戦という対外的な情勢のなか、日本の国内においても、55 年体制という自民党の長期集権が終わり、社会的な変革を迎えていた。自民党政権の崩壊以後、細川連立内閣政権と羽田政権を経て、自民党と社会党の連立政権である村山政権が誕生した。改革志向的な連立政権は、日本の新しい国際的な役割を模索する趣旨のもとで、自民党などの右翼勢力との意見調律に難航を繰り返しながらも、社会党主導で日韓間の歴史問題に対して確実な反省の態度を示した。当時韓国の金泳三政権は、過去の「軍部独裁の清算」とともに、軍事政権が推進してきた、日本の協力による近代化政策に修正を加え、対日強硬路線を展開しながらも、日本政府の歴史認識における変化を高く評価した [張 2005 : 23-25]。

しかし、このような日韓の未来志向的な友好関係への模索の中にも、一方では両国間の政治摩擦は続いていた。ジョン・ヨンムクの説明によれば、1994 年 12 月自民党所属議員 58 名が日本議会の「太平洋戦争謝罪及び不戦決議」に反対する議員連盟を結成して「謝罪決議は戦争犠牲者の英霊を穢すことである」と発言したことが日韓の葛藤を呼び起こした。同年『産経新聞』でも、韓国政府が日本に対して不戦及び謝罪決議を要求することは内政干渉であると批判し、日本の韓半島統治は当時の国際社会が承認した日韓合邦条約に従ったものなので不法占拠ではないと主張し、韓国側の強い反感を受けた。続いて、村山総理の 1995 年 10 月 16 日における、「1905 年の旧条約の適法性」に関する発言も波紋を呼び起こし、韓国政府が同月 22 日予定の日韓首脳会談を取り消した。その後、村山総理の「併合が対等な状態で締結されたのではない」とした説明にもかかわらず、韓国の国会では日韓条約の廃棄に関する決議案が提出され、「日韓過去清算汎国民運動本部」と「6.3 同志会⁽¹²⁾」の共同名義で「日韓協定改定案」の要綱が発表されるなど、両国の葛藤が深まった [ジョン 2006 : 24]。

以上のように、冷戦の終焉から日韓間の安全保障上の課題が後退した 1990 年代には、日韓間のもっとも核心的な懸案として歴史問題をめぐる諸摩擦が続いた。日本内では進歩勢力の歴史問題をめぐる反省論及び謝罪論の立場表明に対する保守勢力の反発があつて、対立が激化していた [李元徳 2007 : 36-37]。その保守勢力が中心となった発言などから、韓国社会では日本の右傾化・保守化に対する憂慮や警戒が示された。冷戦が終結した後に韓国社会がいっそう厳しい歴史認識を持つようになった点も、これらの日韓間の歴史摩擦に大きくはたらいていた。

3.2 第二期における日本人の対韓認識

鄭は、日本人が持つ韓国人に対するイメージを時期別に区分して考察しながら、1965 年以後から 1980 年代前半までの 20 年間を一つの時期として区分し、この時期の日韓関係の特徴として「一方通行の時期」という表現を用いる。本稿では第二期の前半といってよいが、この時期の一方通行というのは、国交正常化以後の日本人による訪韓の増加や日韓条約の締結とともに資金や技術、情報などの韓国流入といった一方的な移動を意味する [鄭 2010 : 15]。だが、日本のヒト、モノ、カネの韓国への流入が既存の日本人が持っていた対韓認識に大きな変化をもたらしたわけではない。米国の仲裁による日韓間の国交樹立または経済協力を通じた両国政権の癒着状態は民間レベルの交流まで拡大することはなく、一般大衆の間では終戦直後から続いてきた、韓国に対する否定的なイメージや無関心の態度が維持されていた。

ようやく日本人が韓国に対する関心の態度を示すようになるのは 1970 年代に入ってからのことである。だが、この時期の日本が韓国に示す関心の対象は、日韓関係や金大中事件、ベトナム戦争、そして朝鮮半島の軍事対立に対する問題など、日本の安全保障にもつながる政治的出来事に限られていた [イ・ジウン 2006 : 15]。日本の三大日刊紙である『朝日新聞』、『読売新聞』、『毎日新聞』の 1976 年度における韓国・北朝鮮関連記事を分析したソン・ドウビンの研究によれば、これらの三大日刊紙における韓国・北朝鮮関連報道は、韓国内の反体制の動向に関する記事が圧倒的に高い割合を占めており（『朝日新聞』では 49.68%、『読売新聞』 35.96%、『毎日新聞』 41.92%）、次に韓半島（朝鮮半島）の軍事問題、米韓関係などの順となっている。反面、韓国の経済問題、社会や文化に関する記事件数は極めて少なく、『朝日新聞』の場合、経済問題に関する記事は 3.58%、社会や文化関連を合わせて 7.16%に過ぎない [ソン 1977]。

1970 年代半ばからは、隣国に対する全般的な無関心の姿勢から多少の変化が見えてきたものの、このようなメディアの韓国・北朝鮮関連報道の傾向によって、結果的に日本の一般大衆は韓国社会の経済発展に対する情報も文化に対する関心も欠如していた。政情の不安、軍事政権による人権弾圧、国民の支配的な反日感情などの暗いイメージだけがメディアを通して伝えられ、第二期の前半の日本人にとっては、韓国に対する主なイメージは依

然として否定的な性格を持っていたのである。

その後 1980 年代に入ると、日本人における対韓国観の特徴として、関心の分野が以前の政治問題中心から、徐々に文化的、娯乐的、大衆的なものになっていく [鄭 2010 : 18]。1984 年のソウル・アジアゲームや 1988 年のソウル・オリンピックの開催は、日本における韓国のイメージが転換させる契機となった。1987 年には軍事政権の終焉とともに民主化に成功し、国際スポーツイベントが開催できるほど変貌した韓国の経済発展と社会的状況が日本に伝えられ、長年維持されていた否定的なイメージに変化が現れた。

日本の内閣府大臣官房政府広報室が提供する「外交に関する世論調査報告書」を参照し、日本人が持つ韓国に対する親近感と不信感の推移を探ってみれば、過去親近感を大きく上回っていた不信感との比率の差が 1984 年から大分縮められ、1985 年には「親近感を感じる」といった意見が 46.2%、「不信感を感じる」といった意見は 46.4% でほぼ同率を見せている。その後、翌年にはまた不信感が大きく増加して親近感との差が開くが、ソウル・オリンピックが開催された 1988 年には親近感が 50.9% で不信感の 42.9% を上回る逆転状況が生じている [内閣府 HP 2011 年 9 月 25 日アクセス]。

また、1980 年代半ばは「大衆的な素材としての韓国の日常文化」が「研究」という枠を超えて本格的に論じはじめられた時期であり、『ソウルの練習問題——異文化への透視ノート』（関川夏央 1984）、『ソウルマイハート』（黒田福美 1988）など、異文化体験記のような韓国文化論が登場しはじめる時期でもあった [平田 2007 : 38-39]。この時期には過去のような政治イデオロギーのはたらきから脱して、より自由な観点から韓国への大衆的な関心を寄せることができるようになった。

ところが両国間のより大衆的な相互接触、相互交流の増大の結果、むしろ相互葛藤を生じさせることもあり得る。鄭は、過去の日韓間の眺め合いはそれぞれの国家の垣根の内では閉鎖的に行われてきたので摩擦や葛藤を回避することができたが、この時期からの新たな日韓交流の展開によって、韓国側の日本批判が日本側の資料や言説に依拠して展開されて反日感情を喚起し、それが日本に伝えられて嫌韓感情を喚起するという、否定的な応酬という事態が生じたと指摘する [鄭 2010 : 19-20]。

とくに 1990 年代は、冷戦の終息以後に日韓両国の安保協力体制の重要性が相対的に弱化するとともに、日本社会の保守化・右傾化への傾向と韓国での歴史問題に対する関心の高調が重なり、さまざまな歴史問題をめぐる感情対立が起こっていた。既出の日本の内閣府大臣官房政府広報室が提供する「外交に関する世論調査報告書」の調査結果から、この時期における日本人の対韓認識を探ってみれば、1989 年からふたたび不信感の意見が親近感の方を大きく上回り、しばらくの間否定的な状況が続く。とくに 1996 年には不信感の意見が 60.0%、親近感の意見が 35.8% となり、当世論調査が実施されはじめて以来、不信感の比率がもっとも高い年となっている [内閣府 HP 2011 年 9 月 25 日アクセス]。このような 1996 年の否定的な結果は、1995 年の日韓両国間の歴史問題や漁業問題をめぐる摩擦状態が反映された結果と思われる。

一方、日本の『朝日新聞』と韓国の『東亜日報』が共同で実施した 1996 年度の世論調査結果では、日本人の韓国に対する評価は、「良い」(8.0%)、「嫌い」(17.0%)、「どちらでもない」(73.0%)で、中立的な意見が多く見られる。だが、当時の日韓関係に対しては否定の意見が 50.0%で、肯定の意見の 33.0%を上回っているし、肯定の意見は前年度の 41.0%より低くなり、1980 年代に比べ、相当悲観的な結果を示している。[『東亜日報』1996 年 12 月 31 日付]。

第二期の後半には日韓間の双方向交流の展開を背景とし、日本は文化的側面を中心とした、より大衆的な関心から韓国を眺めるようになりはじめた。両国間の相互交流の促進による情報量の増大は、日韓間の相互理解や客観的な歴史認識の共有の面から好ましい動きであると言えるが、この時期に見られるように、短期的には相手の否定的な側面が強調され、摩擦や葛藤関係を刺激する悪循環の要素にもなり得る不安をも示している。また、両国をめぐる対外的情勢の変化や両政府間の政治的懸案による国家間の摩擦などが両国民の相手国に対する認識に影響を及ぼすこともなり得る。

たが、この時期の民間交流の拡大の可能性や、とりわけ日本側の韓国への関心が文化的側面から大衆的に語られ始めたのは、次の時期における日韓文化交流の爆発的増加による新たな日韓関係の展開を予測するものであった。過去の否定的なイメージが固定されたまま、現実の隣国には無関心の態度を示していた第一期の対韓認識は、第二期に入って政治的関心から文化的関心への変化を通して、徐々に対韓認識の多様化が進んでいたのである。

3.3 第二期における韓国人の対日認識

解放以後から国交樹立の以前の時期においては、韓国人の潜在した反日感情が政府によって持ち出される様相を見せてきたが、国交正常化を前後として韓国の政府は逆に国民の反日感情を抑えなければならない状況となる。

朴正熙政権が日本政府と日韓間の懸案を妥結して国交樹立を目の前にした 1964 年、多くの韓国大衆は日韓間の諸政治懸案の協商内容に対して、日本が過去の植民地支配に対して明確な反省の態度を示していないとし、政府の協商過程を「屈辱外交」と非難しながら両国の国交正常化に反発した [権 1996 : 28-30]。金榮作は、戦後韓国人にとって日本は、第一に「清算の対象」または「拒否の対象」、第二に「準同盟国」、第三に「経済協力の国」という三つのイメージを持っていたという [金榮作 2007 : 15]。準同盟国というのは南北分断体制の成立による「反共」のための協力体制を意味する。当時の日韓の国交正常化が、「清算の対象」であった日本との清算が未完成になったまま準同盟国となったことで韓国内の反日感情を大きく刺激したのである。国交正常化に対する反対運動の様相から、当時の韓国の知識人や学生にとって歴史清算の問題が対日認識においてもっとも高い優先順位を占めていたことがうかがえる。

結局、朴正熙政権は上記の反対運動を武力針圧し、国交正常化を強行した。国交樹立以

後から 1970 年代までの時期には日韓両国の経済協力体制を通して日本の資金と技術が韓国に流入されるようになった。この時期における韓国人の対日認識は新しい日韓関係に伴ってより複雑な様相を見せていった。鄭はこの時期を「誘引と反発」、「関心と反関心」、「模倣と敵意」という、相互矛盾する感情が交錯する時期として表現している。国交の正常化によって日本のモノや文化が韓国内に流入され、日本の小説がベストセラーになったり、日本の家電製品の需要や人気が高まったりする一方で、当時の知識人や文化エリートはこのような日本からのカネとモノの流入を「経済侵略」や「文化侵略」と警戒した〔鄭 1998 : 98-100〕。当時の韓国社会の、反日感情を含む対日認識の主体と程度は均等なものではなかった。一般大衆にとって、日本に対する親密感や憧憬、距離感と反感が交錯する韓国社会において、反日情緒が国民の支配的情緒として盛り上がるのは、日韓間の歴史問題をめぐる摩擦が起こったときであった。

1982 年の歴史教科書⁽¹³⁾をめぐる日韓間の摩擦は、韓国社会の対日感情を悪化させる契機となったが、その一段落とともに、両国頂上の相互公式訪問を行うなど、両国の間では友好的な雰囲気訪れる。とくに全斗煥大統領訪日時の日本の天皇の両国の過去に対する遺憾の表明は、韓国のメディアからも戦後日韓歴史問題をめぐる感情の対立に転換をもたらしたと評価されるなど、両国の関係は好転を迎えた〔ソン 2008 : 44-47〕。しかし、他方では、韓国内で学生層や在野知識人が中心となって、日韓保守政権の癒着関係を激しく批判し、今後の日本による経済侵略や文化植民地化に関する懸念を表した〔ジョン 2002 : 139〕。李承晩政権の時期に政府によって利用された反日言説が、朴正熙政権の時期と同様、全斗煥政権でも反政府勢力の対抗言説として持ち出されていたのである。

朴裕子は、韓国ギャラップ調査研究所が 1980 年、1982 年、1984 年に行った世論調査で、「一番嫌いな国」として、1980 年には北朝鮮が 26.5% で 1 位（日本は 13.2% で 2 位）だったが、1982 年には日本が 36.5% で 1 位となり、1984 年にはふたたび北朝鮮が 57.7% で 1 位（日本は 13.1% で 3 位）となったことを挙げ、韓国社会の対日認識が否定的であったと指摘する〔朴 2010 : 68〕。

だが、観点を変えれば、1982 年度の日本に対する世論が悪化したのは、やはり歴史教科書の問題による国内の反日感情の深まりの結果として見られ、それから 2 年が経った 1984 年の対日認識は、両国政府の癒着関係をもとにした当時の比較的無難な日韓関係を反映するように、一般大衆の対日認識は、過去に比べ相対的に好転したという見方もできる。

1984 年には初めて日本の『朝日新聞』と韓国の『東亜日報』による日韓共同世論調査が実施された。この時期の日韓両国民は互いに否定的な印象を持っているように思われていたが、韓国では 22.6%、日本では 10.9% が互いに対して肯定の意見を示し、否定の意見は、韓国が 38.9%、日本が 19.4% であった。韓国では好き嫌いが明確に見られ、「どちらでもない」と答えた中立の意見は日本が 64% で韓国より圧倒的に多かった。一方、今後の日韓関係の展望については、韓国人調査対象者の 49.1% がこれから良い方向に進むと予測し、肯定的なまなざしを示した〔『東亜日報』1984 年 11 月 26 日付〕。これらの結果から見られ

るとおり、否定と肯定を問わず、韓国の日本に対する関心や意識の程度は、日本が韓国に対して持つそれより高く思われる。

韓国社会の反日感情は、韓国人が持つ強い歴史認識と日本に対する高い関心によって、両国の歴史摩擦が起きる度、政府、ときに反政府組織によって刺激されるようなものであった。また、一方では、多数とは言えないが、日本に対する肯定的な認識も存在しており、将来の日韓関係についても肯定的なまなざしを向ける人も多かった。反日感情が韓国人にとって多数を占めていたことは否定できないが、国民全体が反日情緒で一貫したわけではなく、日本を眺める多様なまなざしが混在していたのである。

一方、1987年の民主化の達成と、一定の経済発展を遂げた韓国社会は、冷戦の終焉といった対外的な影響もあり、1990年代に入ると日韓間の歴史問題に対する関心が喚起され、以前より強い歴史認識を持つようになる。1990年の、植民地期の被害者及び遺族の日本政府を相手にした謝罪の要求及び損害賠償の請求や、1991年の、自らを慰安婦被害者と明かした女性3人の補償を要求する訴訟提起もこのような脈絡のものである。ジョンはこの時期の反日言説が、以前のような政府、または反政府勢力により持ち出されたのではなく、歴史問題の被害当事者や遺族、そして彼らを支援する社会団体や言論などであったことに注目する[ジョン 2002:140]。これは、韓国社会の反日言説が、一般大衆を含む多様な主体を持つようになり、もはや一部のエリート層の政治的意図で増幅または抑制される状況から脱するようになったことを意味する。もちろん、このような韓国社会の変化によって韓国の為政者が韓国社会における反日情緒の政治的利用を止めようとしたわけではない。当時の金泳三政権の1995年の元朝鮮総督府建物の撤去措置や、1996年の竹島(独島)問題をめぐる領有権摩擦への強攻姿勢などの対日政策は、国民の反日感情を利用して自らの民族的正当性や支持基盤を獲得しようとしたという疑惑を受けている[ジョン 2002:141-142]。当時の政権が実際に反日政策を政治的意図で利用したかについての事実可否は別としても、日韓摩擦が絶え間なく繰り返され、歴史問題への関心が高調していた当時の韓国社会において、反日言説が韓国人の民族主義に訴えるもっとも有効な手段であったことは否めない。

他方で、この時期にはいわば「克日⁽¹⁴⁾」と呼ばれる新たな対日認識が登場した。過去、先進国日本に対する憧憬やコンプレックスから脱して、日本を克服する可能性を提示するものである[ジョン 2002:141]。これは韓国が経済的にも社会的にも成長したという自己認識による自信感の表出でもあったが、日本を克服する言説である同時に、これまでの日本に対して萎縮していた過去の韓国の自己表象を克服するものでもあった。一種の「脱・反日」のための反日言説であったと言える。

さて、この時期の韓国社会の日本に対する世論調査の結果を見れば、当時の反日感情がよく表れている。1995年の『朝日新聞』と『東亜日報』の共同世論調査のうち、相手国に対する評価を聞く質問では、韓国人が日本に対する肯定の意見は5.5%に過ぎず、反面、否定の意見は68.9%で1984年共同調査の結果に比べ、非常に否定的な結果を示している。ところが、相手国の国民に対するイメージを聞く質問では別の結果が出ており、国家と国民

に対する評価の区分が行われていることが分かる。韓国人が日本国民に対して持つイメージとしては、「団結力が強い」(25.7%)、「勤勉だ」(19.4%)、「礼儀正しい」(6.6%)など、合計 54.3%の肯定的な項目が挙げられ、合計 44.4%の否定的な項目を上回っている。日本側でも韓国人に対して「団結力が強い」(36.0%)、「勤勉だ」(17.0%)など、合計 62.0%の肯定的な評価を示しており、韓国人に対する過去のような否定的なイメージが大分変わっているように思われる [『東亜日報』1995 年 7 月 29 日付]。

翌年も世論の様子はいまだあまり変わらない。『朝日新聞』と『東亜日報』の 1996 年度共同世論調査でも両国の相手国に対する評価を見れば、日本では中立的な意見が多く見られたことに対し、韓国では否定の意見が 65.0%で日本に対して依然として否定的なまなざしを向けている。だが、相手国の国民に対する評価については、日韓両国ともに相手国の国民に対する肯定的な項目に対する意見が多く見られ、相手国に対する認識に比べ、相対的に肯定的なまなざしを向けていた [『東亜日報』1996 年 12 月 31 日付]。

以上の世論調査の結果からは、当時、日韓両国関係や相手国への認識は韓国のほうが日本のほうに比べ、より否定的であり、歴史問題をめぐる両国摩擦への影響が日本より強く見られる。しかし、日本国民に対する認識の結果から、韓国の反日感情が必ずしも日本人に対する否定的なまなざしを意味するものではないということがうかがえる。韓国人の反日感情は日韓の国対国や両民族レベルの関係に対する否定的な認識から起因するもので、つまり日韓間の歴史摩擦、日本の為政者の韓国人の常識に合わない発言などにより促発されるものである。

このように、国交正常化以降、韓国社会では歴史清算の未完成という理由から、常に反日感情が対日認識の根底に潜在してきて、為政者の政治的な正当性を保障するもっとも有効な手段として扱われた。国際情勢や国内事情によって、歴史問題への不問のうえで維持された日韓協力体制が効力を失った 1990 年代には、歴史問題への関心の喚起とともに、反日情緒も深まったように見られる。だが、この時期の反日言説においては主体や内容の多様化が行われ、対日認識にも変化が訪れる時期でもあった。

4 第三期（日韓共同宣言以降）

4.1 第三期の日韓関係

1998 年に発足した金大中政権は、反日言説を政治的な手段として利用せず、以前の金泳三政権の対日強硬路線を修正して、未来志向的な友好関係を構築しようとした。

同年、小渕首相との頂上会談中に締結した「日韓共同宣言」は、韓国の外交史上外国との包括的な協力原則を初めて文書化したものであり、日本が韓国との合意文書で、過去の歴史に対する反省と謝罪を初めて明記したものである [呉 2001 : 33]。「日韓共同宣言」を通じて、韓国側は、日本側の植民地支配に対する謝罪と反省を受け、過去の

問題について「不問」に付すだけでなく、日本の戦後における民主主義と平和のための努力を評価するなど、両国の相互理解を深めていた [南 2007 : 108]。

また、新たな日韓関係の模索のために、政府は、同年日本大衆文化を公式開放し、双方向交流の時代を開いた。日本大衆文化の公式開放をめぐる賛否議論は長年の懸案であったが、文化外交の重要性を意識していた金大中政権は、日本側からの金融支援の件も背景としてはたらし、段階別公式開放を施行するようになった [ベック 2007 : 216]。

21 世紀に入り、その後も両国の間では相互交流を通じて和合と信頼を構築する一連の動きが続いた。両国政府が「日韓国民交流の年」と定めた 2002 年には、サッカーワールドカップの日韓共同開催を契機に、両国間の民間交流が飛躍的に拡大しただけでなく、当時の日本サポーターの韓国チームへの応援が韓国のメディアから大きく捉えられ、両国間の友好雰囲気が高まった。その後、2003 年 2 月にあった盧武鉉大統領の就任式に小泉首相が参席し、両国の政治指導者の間での頂上会談では未来志向的な日韓関係を共に発展させることに意見を合わせた。また同年 6 月には、盧武鉉大統領が日本を公式訪問し、「日韓頂上共同声明」の発表を通じて 2 月の合意内容を再確認し、2005 年を「日韓友情の年」と決め、各種交流事業を展開することを合意した [ジョン 2006 : 38-39]。

とくに 2004 年を前後として日本社会で起こった韓流ブームは、1998 年から韓国で施行されている日本大衆文化公式開放に次いで、戦後の一方的、かつ貧弱であった文化交流の様相を払拭し、ようやく両国間の相互文化交流のバランスが取れるようになった。韓流ブームにより、両国相互間でさまざまな経済的効果が発生し、大きな受益が得られただけでなく、日本では韓国に対する関心が飛躍的に増加し、また韓国人に対する好感度も増加したと各種のメディアが伝えられると、韓国内でも日本における韓流現象を好意的に受けとめることで、両国の心理的距離が縮まったという評価を受ける。

しかし、このような日韓の未来志向的な友好関係への模索の中にも、一方では両国間の政治摩擦は続いていた。まず、2000 年に日本の「新しい歴史教科書をつくる会⁽¹⁵⁾」が編纂した歴史教科書の検定をめぐって、日韓歴史摩擦がさらに悪化する。2001 年に韓国政府は、従軍慰安婦関連項目の削除や修正などの内容を指摘し、当教科書の検定通過が 1995 年 8 月の村山談話における歴史認識に違反するとして再修正を要求したが、日本政府により拒否された [張 2005 : 27]。この時期の日本政府は保守的な国内世論を重視する傾向が高まっていて、反共・安全保障のための協力体制に対する重要性が両国のナショナリズムの衝突を押させていた、冷戦下の 1982 年の歴史教科書問題の時とは異なる様相を見せていたのである。

そして、同年における小泉総理の靖国神社参拝問題も両国間の摩擦が深まる要因となった。小泉総理は 2001 年 4 月自民党総裁競選のとき靖国神社参拝を公約した後、就任後 8 月 13 日には参拝を断行した。韓国や中国など隣接国家は、小泉総理の靖国神社参拝に対して、「日本が過去の軍国主義へ回帰することを意味する」と批判し、参拝自制を促求したが、小泉総理はその後退任まで毎年参拝を強行した [『連合ニュース』2006 年 8 月 15 日付]。

結局、2001 年の歴史問題をめぐる日韓摩擦は、韓国で 1998 年から施行されはじめた、日本の大衆文化の公式開放が一時中断されるなど、両国の友好関係に深刻な影響を与えた。

これらの歴史問題をめぐって繰り返してきた日韓摩擦は、韓流ブームの最中であり、両国政府が「日韓友情の年」と決めた 2005 年にも起きた。この年には、歴史教科書問題、小泉総理の靖国神社参拝問題、日本政治指導者の歴史問題関連発言に対する韓国側の強い反発など、日韓間の政治摩擦が深刻となり、「日韓友情」といったスローガンが意味をなくしてしまった。とくに、竹島（独島）をめぐる領有権問題をめぐる両国の対立がもっとも深刻で、同年 3 月の日本の島根県議会が「竹島の日」に関する条例を可決すると、韓国の姉妹自治体であった慶尚北道が島根県との断交を宣言し、さらに韓国政府は国家安全保障会議（NSC：National Security Council）常任委員会を開いて日韓関係の原則と基条に関する「対日ドクトリン」を宣言するに至った〔ジョン 2006：40〕。

だが、このような両国の政府レベルの葛藤や摩擦の状況とは対照的に、同時期における日韓関係の特徴として、非政府レベルの交流は飛躍的に増大しており、新たな日韓関係への可能性をも示している。

市民社会や地方自治体間の交流、学術交流やビジネス部門の経済交流だけでなく、韓国における日本大衆文化の開放や日本における「韓流」現象と代表される相互文化受容、そして両国間の人的往来の増加など、民間レベルにおける交流が飛躍的に増加してきた。草の根における活発な相互交流が、むしろ政府レベルの政治的摩擦を抑える機能を果たしてくれると期待を寄せられる時期となっているように見られる。

4.2 第三期における日本人の対韓認識

1998 年には、日韓両政府間の「日韓共同宣言」、そして韓国政府の段階的日本大衆文化の開放政策の実施など、過去 20 世紀の摩擦や葛藤の歴史を清算し、友好協力的な日韓関係を構築しようとする未来志向的な雰囲気になった年であった。

とくに、1998 年から施行された韓国の日本大衆文化に対する開放措置は、競争力の高い日本の大衆文化の韓国内産業の蚕食といった、施行前から議論となっていた憂慮とは違って、むしろ双方交流の原則によって韓国の大衆文化が日本に進出し、日本人が韓国文化により接する機会を与えた〔朴 2010：30〕。韓国側が日本文化の輸入を規制していた時期における日本人の韓国文化に対する関心は、少数のマニア層における趣味的な関心によって維持されてきたものであったが、この時期からより大衆的な分野としての韓国文化が日本で受容されるようになってきた。中国や台湾、東南アジア地域では既に「韓流」といった名称で呼ばれる、韓国大衆文化の流行現象が起こっていた 2000 年度を前後とした時点では、日本ではまだ「韓流」と呼ばれることまではなかったが、韓国映画のブームを中心として徐々に韓国大衆文化への大衆的関心が増加していった。

それから、同時期には日本における韓国の位相が大きく変化していた。2000 年を前後と

した日本のメディア上では、韓国の政治リーダーシップや国民の政治に対する参与意識、スポーツ選手の育て方、IT 戦略などを学ぼうとする内容の新聞社説が多く見られ、小倉はこのような流れを、マレーシアのマハティール (Mahathir bin Mohamad) 首相の「ルックイースト⁽¹⁶⁾」に倣って、「ルックコリア」現象と名づけている。彼は、韓国から何かを学ぼうとするこのような日本社会の一連の動きが日本で長い間固定されていた韓国観・韓国人に対する否定的イメージに決定的な転換をもたらしたとし、その後の韓流現象の予兆として捉えている [小倉 2005]。

ほかに、小針進もこの時期の日本人における韓国・韓国人に対する親近感の増大について述べている。彼は、内閣府の「外交に関する世論調査」の結果を提示しながら、韓国に対して「親しみ」を感じる日本人は 2000 年度に 51.4%、2001 年度には 50.3%であると述べ、近年の韓国への親近感の上昇の背景には、韓国の映画・ドラマや料理などのような文化的要素の受容や、IT 事情などのような韓国に関する情報に接することで、韓国の「日本と似ているけどどこか違って面白い」異文化性に注目する見方が増えていると述べる [小針 2004 : 24]。

さて、2001 年度に実施した『朝日新聞』と『東亜日報』の共同世論調査の結果を見れば、当時の両国関係については、否定の意見が 46.5%、肯定の意見が 37.7%、「わからない」との答えが 15.8%の順である。また、日本人の韓国に対する評価は、「良い」が 20.8%、「嫌い」が 15.3%、「どちらでもない」が 61.1%で、2001 年の歴史教科書問題や小泉総理の靖国神社参拝問題をめぐる日韓摩擦があったにもかかわらず、1990 年代の調査結果に比べ、大分肯定的な方向に移していることが分かる [『東亜日報』2001 年 5 月 10 日付]。

その後の 2002 年サッカーワールドカップの日韓共同開催や 2004 年からの日本における「韓流」ブームなど草の根の交流の拡大を通じて両国民間の心理的距離はさらに縮まっていく様相である。サッカーワールドカップ大会が開催された 2002 年度の『朝日新聞』と『東亜日報』の共同世論調査の結果からは、両国民が相手国民に対する親近感が増大したが、日本の場合、「以前より身近に感じるようになった」とした人は 53.3%で過半数を超えている [『朝日新聞』2002 年 7 月 7 日付]。とくに韓流ブームによる日本社会における対韓認識の変化は、本稿の主要な考察対象として後で詳しく扱うが、過去の日本が持っていた長年の否定的なイメージを払拭し、韓国文化全般に対する関心を増大させたと評価される。

しかし、以上のような日韓間の民間レベルにおける友好関係の構築可能性が可視化していく過程のなかでも、2001 年、2005 年の日韓摩擦から見られるように、両国間の歴史問題をめぐる感情の衝突は過去の記憶に対する清算のみならず、現在進行中の外交懸案として日韓間の相互認識に大きな揺らぎをもたらしている。日本における韓流ブームの最中であつた 2005 年に実施された『朝日新聞』と『東亜日報』の「日中韓東北アジア 3 カ国の共同世論調査」では、現在の日韓関係を評価する項目において、否定的な意見が 61%で肯定的な意見の 25%を大きく上回り、日韓関係に対する認識は両国ともに最近 20 年間の調査結果の中、もっとも否定的であつたと伝えている。相手国に対する好感度を聞く質問において

も、日本側の結果では、韓国が「好き」とした人は 16.0%、「嫌い」とした人は 22.0%、「どちらでもない」人は 61.0%で、韓国側に比べると依然として中立的であると言えるが、前回の調査結果に比べ、やはり否定の意見が高くなっていることが分かる [『東亜日報』2005 年 4 月 26 日付]。

また、鄭が第二期に対する説明のなかで述べたように、韓流現象がもたらした韓国に対する関心、とりわけ日韓間の歴史認識に対する自覚によって、むしろ韓国社会のさまざまな反日言説を目撃するようになることもあり得る。たとえば、韓流現象が 2005 年に台頭した「嫌韓流」といった反動現象を随伴して以来、最近までも嫌韓流に関する言説や、韓流に反対するデモ⁽¹⁷⁾などが続いている。2005 年の「嫌韓流」とは、後で詳しく記述するが、2005 年に 7 月に出版された山野車輪の『マンガ嫌韓流』が日韓両国のメディア上で話題となって促発された反韓言説である。その内容は、直接韓流現象に対するバッシングというより、韓国全般に対するバッシングというほうが適切であると言えるほど、日韓の歴史摩擦を主題とした韓国や韓国人の対日言説に対する反論と批判が主な内容を成している。いわば、アンチ韓流という「嫌・韓流」でなく、アンチ韓国という「嫌韓・流」とであると解釈できる [板垣 2007 : 100]。

結局、日本における反韓流をめぐる言説は、単なる外来文化の国内流入に対して自国産業を守るための警戒というより、長年続いてきた日韓両国間の摩擦と葛藤の歴史が背景となったナショナリズムの表出とも言える。「嫌韓流」をめぐる議論は、一部の右翼やネット上の匿名性を利用し、他人を誹謗することを楽しむ少数の言説であり、日本人の多数は「嫌韓流」に拒否感を感じるということで理解される [ゴ 2008 : 207]。

だが、絶え間なく生産される「嫌韓流」をテーマとした議論や関連書物などに同調する人が少なくないことも事実である。そして、木村は、日本における韓流言説が韓国の存在感を大きくさせ、韓国を競争相手として意識するようになった日本の「危機感」が、「嫌韓流」の議論を支えているとし、韓国への強い意識が以前から韓国に存在してきた反日言説を再発見させ、嫌韓感情が生じ得ることを指摘する [木村 2007 : 226]。

もちろん、鄭が語ったように、日本の韓流現象をはじめとする両国間の草の根の交流の拡大や、相手国に対する情報量の増大⁽¹⁸⁾は、日韓間の歴史的特殊性から見て短期的にはむしろ摩擦を生じうる可能性を潜めているが、長期的には新しい共通認識の蓄積や相互認識の豊かさをもたらす契機となり得る点で評価できる [鄭 2010 : 19-20]。

4.3 第三期における韓国人の対日認識

1998 年に日韓両政府が発表した「日韓共同宣言」を契機とし、両国は葛藤と摩擦を繰り返した 20 世紀を終え、21 世紀を向かって未来志向的な協力関係を構築しようとした。その一環である同年の日本の大衆文化の公式開放政策をはじめ、2002 年のサッカーワールドカップの日韓共同開催に至るまで、両国の相互理解増進を深めるさまざまな努力がなされた。

そのなかでも、まず 1998 年の金大中政権による日本の大衆文化に対する公式開放措置は、過去さまざまな非公式経路を通じて陰的に韓国内に流れ込んだ日本の大衆文化が、公式に韓国内に輸入されるようになり、両国の文化交流における大きな転換点となった。

ただし、日本の大衆文化の公式開放をめぐる国内の意見対立は長年の懸案であって、1990 年代半ばまでにも韓国内の世論は日本大衆文化に対して否定的な態度を示していた〔ベック 2007 : 217〕。開放を段階別に行った背景は、日本の大衆文化と競争状況に置かれる国内産業界の負担だけでなく、過去問題の清算が解決する前には日本文化を受け入れられないという、国民の文化開放に対する反対意思、つまり反日情緒をも配慮したものであった。

だが、1998 年の一次開放が実施された直後、12 月 14 日から 15 日にかけて韓国の『東亜日報』が個人携帯通信業者ハンソル PCS と共に行った世論調査の結果によれば、65.3%が日本大衆文化の公式開放に歓迎し、77.7%がこれからの日韓間の文化交流が活発になっていくことに対して期待を示していた。とくに公式開放の歓迎について、世代別で区分すれば 10 代が 78.3%でもっとも多く、20 代が 67.1%, 30 代が 62.3%, 40 代以上は 54.8%で、年齢が低いほど肯定の比率が高かった〔『東亜日報』1999 年 1 月 4 日付〕。それから、『朝日新聞』と『東亜日報』が 1999 年 9 月に行った共同世論調査では、韓国側応答者の 9.6%が日本が「好き」とし、「嫌い」とした応答は 42.6%, 「どちらでもない」とした応答は 47.8%でもっとも多かった〔『東亜日報』1999 年 10 月 15 日付〕。この時期の韓国人の反日感情は 1990 年代半ばに比べ、相当和らいでいた。過去の調査結果に比べると、「嫌い」の場合、1995 年の 68.9%, 1996 年の 65.0%に比べ減少しているし、「好き」の場合は、1995 年の 5.5%, 1996 年の 8.0%に比べ増加していることから、韓国人の対日認識がかなり好転していることが分かる。事実上、若い世代の場合はインターネットやケーブルテレビなどを通して公式開放以前の 1990 年代から日本大衆文化に自由に接していたことから、即時で韓国人の日本文化受容実態に大きな変化をもたらしたわけではない。ただし、日韓間の文化交流を強化しようとした両国政府のさまざまな取り組みやメディアの報道姿勢は、韓国人の対日認識にも少なくない影響を与えた可能性はある。

韓国社会の対日認識の変化は世論調査の結果だけでなく、当時の日本関連の書籍の出版の推移から見られる。日本文化（大衆文化）に関する日本の書籍の翻訳本は以前から出版されていたが、日本大衆文化の公式開放の施行とともに、韓国人による日本大衆文化に関する書籍が出版されはじめた。『J・J が来る』（李奎炯 1998）や、『私は日本文化が面白い』（キム・ジリョン 1998）、『クリック！日本文化』（キム・ボンソク 1998）、『韓国に根を下ろした日本の大衆音楽（X JAPAN）』（ソ・チャンヨン 1998）など、日本の大衆文化の第一次開放が実施された 1998 年だけでも多くの日本大衆文化をテーマとした本が出版され、その後も出版ラッシュが続いた。この時期の日本の大衆文化に関連する出版物は、過去のような、日本文化を通じた日本社会の理解や、韓国社会に及ぼす波及効果などの学術的な考察を主題とした趣旨から多少脱して、日本の大衆文化に興味が多い韓国の若い世代を対象とし、日本の大衆文化のジャンル別紹介や日本の芸能界に関する現場の情報などを詳しく

扱った、気軽に読めるものが多い。また、作者自らが日本の大衆文化の消費者であることを明らかにし、日本の大衆文化に対する好意的な態度を示している場合が多い点も、この時期の関連出版における特徴の一つである。このような出版物が当時の韓国社会で「親日」や「倭色」というような既存の批判を受けたことはない。たとえば、『東亜日報』では『私は日本文化が面白い』が日本文化の裏を貫く深層的な地形図を提示するならば、『J・Jが来る』は日本文化の表を抜き出す生々しい現場のレポートである」と二冊を評価する[『東亜日報』1998年10月27日付]。公に日本大衆文化や日本的な要素に対する肯定的な態度を示すことができるようになったことから、この時期、韓国社会の日本や日本文化に対する認識が大きく変化していたことがうかがえる。

しかし、このような対日認識の改善への可能性が見えてくる状況であったにもかかわらず、歴史認識の差によって、両国民の感情は固定的ではなく流動的で不安な様相を見せてきた。サッカーワールドカップの共同開催の前年であった2001年にも、教科書問題から靖国神社参拝問題まで、歴史問題による日韓摩擦が続いた。この年に『朝日新聞』と『東亜日報』の共同世論調査結果のうち、韓国は日本に対し、56.6%が否定的な意見を示し、1999年度の調査結果に比べ、ふたたび反日感情が増大していた[『東亜日報』2001年5月10日]。

翌年には、2002年度のサッカーワールドカップの日韓共同開催を契機に、両国間のさまざまな交流が行われ、日韓両国民の心理的距離が大きく縮まり、また雰囲気も好転した。2002年の『朝日新聞』と『東亜日報』の共同世論調査では、日本に対して親近感を感じると回答した人は全体の53.8%で、日韓両方過半数を超えていた[『東亜日報』2002年7月5日付]。大会当時の、多くの日本人が韓国チームの善戦を応援する様子が韓国のメディアを通じた報道されたことは、また多くの韓国人に日本人に対する親近感をもたらすようになった[小針2004:20-22]。

引き続き、その後の両国間における活発な相手国の文化受容は、相互認識に肯定的な影響を及ぼした。『シュリ』や『共同警備区域 JSA』などをはじめとする韓国映画が日本でブームを起こしていた時期、韓国内でも日本の大衆文化の公式開放以降、さまざまな日本のアニメーションや映画などが人気を博していた。非公式経路で既に日本大衆文化に接することが多かったとはいえ、ライセンス販売や劇場公開などによって大衆的関心の増大の効果があつたのである。劇場公開を通じて、岩井俊二や宮崎駿などの日本人監督は、韓国内でも多くのファンを確保した。彼らの作品は、韓国社会で長く指摘されてきた「日本大衆文化が持つ暴力性や扇情性」といった固定観念を払拭し、韓国人の対日認識に肯定的な影響を与えた[クォン2010:179]。

日本の大衆文化の受容が対日認識に肯定的な影響を与えたことは周知のとおりであり、多くの関連研究から見られる。ほかに、2004年を前後として日本社会における韓国大衆文化のブーム、いわば、「韓流」現象も多くの研究や調査から伝えられるとおり、日本人の対韓認識を改善しただけでなく、韓国社会でも好意的に受けとめており、やはり韓国側の対日認識の改善にも肯定的な認識を与えていることは十分考えられる。これらの日韓間の草

の根における相互文化の受容を通じた交流は相手国に対する理解や親近感の増進において大きな役割を果たすと期待される。

しかし、日韓両国の間には歴史清算といった課題が存在し、絶え間なく起こる両国間の過去問題をめぐる外交摩擦は一気に両国間の友好雰囲気を冷やすことを繰り返してきた。日本社会の韓流現象によって両国関係が大きく改善した 2004 年と 2005 年にも、他方では靖国神社参拝や竹島（独島）問題などの歴史摩擦が当時の友好的な雰囲気に水を差し、両国政府が 2005 年を「日韓友情の年」と決めた友好関係のための交流事業も意味を退色してしまった。2005 年 3 月に実施した『朝日新聞』と『東亜日報』の「中・日・韓東北アジア三か国共同世論調査」の結果のうち、韓国人の日本に対する好感度を聞く項目で、「好き」と答えた人は全体の 8%に過ぎなく、「嫌い」と答えた人は 63%で、当時の対日認識は否定的であったことが分かる。とくに当時の日韓関係について韓国側応答者の 94%が否定的な意見を示し、「日韓関係に対する認識は両国ともに最近の 20 年近くの調査結果のうちもっとも否定的である」と伝えていた〔『東亜日報』2005 年 4 月 26 日付〕。

歴史認識の強い韓国社会の対日認識は可変的なものであり、反日感情が支配的な国民情緒とは言われても、実際には時期における変化の幅が大きい。小針は、中央日報による世論調査〔2004 年 9 月 22 日付〕で「一番嫌いな国」として日本が選ばれたことに対し、「韓国人は規範的と思える態度を表明することがよくある」とし、「歴史教育を受けてきて、特に選択がないならば、隣国ですぐ思い出したのは日本他ならないだろう」と述べる。小針は続いて、隣国の思い出しやすい国のうち、侵略を受けた歴史的な経験からくる一種の「規範⁽¹⁹⁾」的な答えとして解釈を行っている〔小針 2004 : 9〕。世論調査などでは表として公式的な「反日」を標榜することが韓国社会の一般的な雰囲気となっていたが、それはある意味、社会から求められる「規範」として理解できるかも知れない。

日韓間の人的往来や文化交流が活発化している近年の状況では、韓国社会の日常を反日情緒が支配しているとは見られない。反日感情が「規範」として求められるのは、両国間の歴史摩擦が社会的な争点として浮かび上がるときであった。また、公的な場における反日情緒の標榜のありようにも変化が現れている。上記の 2005 年の世論調査結果では韓国人の反日感情が強く見られるが、その反日感情は年齢代が高いほど強く見られ、反面、若い世代では日本に対し、ほかの世代に比べ高い好感を示している。金は、この結果に対して、「20 代は、他の世代に比べて日本の映像文化により頻繁に接している年齢層である」とし、ほかの映像文化受容に関する研究や調査結果に加え、日韓間の頻繁な映像文化交流が相手国に対する好感度を高める可能性を示唆するという〔金 2010 : 93〕。

距離感や憎悪、嫉妬、そして親密感と憧憬が混在していた長年の韓国人の対日認識の根底に位置する反日情緒は、歴史清算が未解決である韓国社会においては、いつでも両国の政府レベルの摩擦関係により呼び起こされるものである。このような状況の下、民間レベルの文化交流を通じた相互理解と親密感の増進が、今後の日韓関係により肯定的なはたらきを見せると期待されている。

第二章 韓流と日韓の文化受容

1 韓流現象の概観

2004年にNHKで放映された韓国ドラマ『冬のソナタ』の人気は、日本社会の「韓流」ブームにまで拡大した。それ以来、韓流は日本の文化産業界はもちろん、日常まで深く波及され、メディアや学界の関心を集めてきた。日本における韓流は単なる消費文化の範疇を越え、日本人が持っていた過去の対韓認識に大きな変化をもたらしただけでなく、自国社会の変化にも気付かせ、社会現象として扱われるようになった。

本研究は、主に日本における韓流現象を素材として、それを眺める韓国社会のまなざしを明らかにし、韓流と日韓関係との相関関係を考察するものである。本稿では日本の韓流現象を、日韓間の文化交流における大きな転換の様相として扱うが、そもそも韓流は日本に限る現象ではない。当初、韓流が始まった地域は中国や台湾などの中国語圏地域であって、その後、多様な発展段階を通して、今や日本をはじめとする東アジア地域を中心勢力圏として、西アジアやアフリカ、欧州、米州地域まで拡大している。

したがって以下では、日本の韓流現象をもって本格的な議論を展開する前に、韓流に対する概念を定立し、日本に限らない全体的な韓流現象の、これまでの展開過程を探る。また、日本における韓流現象の展開については、後の節でより詳しく扱うことにする。

1.1 韓流の定義

「韓流」という言葉は1990年代末から使われはじめた新造語である。広辞苑の第六版の定義を参照にすれば、「(「ハン」は「韓」の朝鮮語音) 2003年頃に始まった、映画・テレビドラマ・音楽など韓国大衆文化の日本における流行現象」と定義されている[新村 2008]。一方、韓国の大手出版社である「株DOOSAN」が提供するインターネット百科事典サービスである「doopedia」によれば、「韓流」という言葉の定義は、「1990年代末からアジアで起こっている韓国大衆文化の熱風」を意味すると書かれている[doopedia HP 2012年1月12日アクセス]。

韓流の概念や定義については、研究者によって多少の観点の差が生じる。金賢美は韓流を、「アジアで急速に流行するようになったドラマ、映画、大衆歌謡、アニメーション、ゲームなど、韓国大衆文化の人気を指す単語」とであると定義し[金賢美 2007:117]、シン・ユンファンは韓流という言葉について、初期には韓国の大衆音楽が流行する現象、またはそのような音楽の類型を意味していたが、徐々に大衆音楽の範囲を超え、ドラマ、公演、映画、ファッション、飲食などまで、韓国文化全般を含むものに意味が拡大したと言う[シン 2002:5-34]。また、韓国文化観光研究院では韓流が、海外における韓国の大衆文化を好んで憧憬する現象であると定義しながら、韓流が人々によって「韓国大衆文化の熱風」、「韓

国大衆文化の流行」,「韓国の文化商品の輸出」など多様な意味で定義されていると指摘する[韓国文化観光研究院 2011:9]。このように韓流が人々によって多様に定義されるのは、韓流が比較的最近に現れた流動的な現象であり、文化現象でありながら経済現象でもあり、多面的な特性を持つ韓流に対して、それを眺める観点も人によってさまざまだからである。

多様である韓流に対する定義をまとめると、韓流は一般に、1990 年代末から東アジア地域を中心として韓国の大衆文化ジャンルに対する関心と人気が増加する社会・文化的現象として理解される[韓国文化観光研究院 a 2005]。

韓流の名称の由来についてもさまざまな説があるが、1999 年に中国のメディアが使い始めたということが多く語られている[韓国文化観光研究院 2011 ほか]。そのきっかけは 1997 年、中国に輸出したテレビドラマ『愛は何だって』である。このドラマは中国全域で放送されるチャンネル CCTV で韓国ドラマとしては初めて放映されるやいなや視聴率 4.3%を上げ、当時放映中の海外ドラマのうちで 2 位を記録した。当ドラマをはじめに、『星に願いを』、『イヴのすべて』など、20 本前後の韓国ドラマが放映され、続いて人気を集めながら、H.O.T, クローン, NRG などダンス歌謡を中心とした韓国の大衆歌謡も人気を集めはじめた。当時、韓国のドラマや大衆歌謡などが中国の若者の間で徐々に人気を集めるようになると、中国の『北京青年報⁽¹⁾』で、多少の警戒を含み、外来の文化が入り込む勢いを意味する言葉である「寒流」と、北京語でも同じ発音の語呂合わせで「韓流」と呼び始めたという[財団法人韓国文化産業交流財団 2011:13]。

一方、中国だけでなく台湾も 1990 年代末の韓流現象の主な発祥地であるが、そもそも「韓流」という言葉自体が初めて使われたのは台湾の媒体であったという。1997 年度に台湾の新聞『中国時報』[1997 年 12 月 17 日付]では、韓国の企業や製品が台湾内の産業界に多様な影響を与えているという記事を伝えながら、韓国企業や製品を指す言葉として「韓流」という言葉を使っていた。同時期に、『聯合晩報』[1997 年 12 月 25 日付]においても「韓流」という言葉が同じ意味で登場する。しかし、これらの台湾媒体が引用する「韓流」という言葉は、現在使われている韓流とは意味が異なり、韓国企業の競争力の強化に焦点を当て「韓流」という言葉で表現した。当時 IMF (International Monetary Fund) 金融危機から韓国ウォンの通貨価値が落ちて、韓国製品の海外競争力が強くなっていた。台湾業者から見れば韓国企業は警戒の対象となり、このような状況を表現するために台湾のメディアは「寒流」と同じ発音の「韓流」という用語を用いたのであるが、その後 1998 年ダンスデュオ「クローン」が韓国語アルバムとしては珍しく 45 万枚の売り上げを記録するなど、韓国大衆文化が台湾内で人気を集めると、中国と同様、文化産業においても韓国大衆文化の進出を警戒する意味で使われたのである[毎日経済韓流本色プロジェクトチーム 2012]。

また、「韓流」という言葉は、韓国の文化体育観光部が海外に韓国を知らせる目的で 1999 年に製作した広報用の非買品 CD 音盤に題名として用いられた。韓国の人気歌手たちのヒット曲を収録したこのアルバムは、文化観光部の投資で「韓流——Song from Korea」の題名で中国語版が 6,000 枚、「Korea Pop Music」といった題名の英語版と日本語版が各々 3,000

枚ずつ制作され、該当国の放送局、新聞・雑誌社、韓国公館などに無料で配布された[チェ 2010 : 48]。

上記の音盤が制作された当時はまだ「韓流」という言葉は韓国の一般大衆には知られていなかった。その後、香港、ベトナムなど、その伝播地域を拡張して韓国ドラマが人気を博するようになり、中国や台湾をはじめ、東南アジアまで及んだ韓国大衆文化の流行が「韓流」という名称で各国のメディアで取り扱われるようになる。本稿の第五章で詳しく述べるが、2000 年の半ばからは韓国のメディアでも海外の「韓流」現象を報道しはじめ、韓国内でも「韓国の大衆文化商品が東アジアを中心に流行している現象」を示す新造語として「韓流」が徐々に認知されるようになった。

一方、韓流の概念はその展開過程に従って地域別・分野別範囲を拡大しつつある。最初の韓流は、東アジア地域を中心とし、テレビドラマや映画、大衆音楽などの大衆文化商品の消費現象に限られていた。その後韓流現象は世界に広がり、その勢力圏の拡張だけでなく、内容の範囲も伝統文化や高級芸術、ハングル、韓国の生活様式、家電製品までも含む形となる。その結果、近年のメディア上では海外における韓国に関連する全ての物事を韓流と示す傾向があるので、その実態や範囲を明確に規定することが難しくなっている[韓国文化観光政策研究院 2005a]。

よって、財団法人国際文化交流財団が提示するように、近年の韓流は狭義の韓流と広義の韓流と区分されることもある。狭義の韓流は東アジア地域を中心とした大衆文化と芸能人の人気を意味し、広義の韓流には狭義の韓流に純粋芸術、伝統文化、歴史物、ハングル、生活様式などを含み、全世界を地域範囲とする[財団法人韓国文化産業交流財団 2009]。

区分		地域	分野
広義の韓流	狭義の韓流	東アジア地域	大衆文化
			芸能人
		西アジア・ヨーロッパ・ 米州・アフリカなど、ほ ぼ全世界	純粋芸術
			伝統文化
			ハングル
			韓国製品（家電など）

表 2.1 : 韓流の地域・分野別範囲（財団法人韓国文化産業交流財団の資料を参照として作成）

政策樹立や議論の展開などにおいて 2001 年の現時点では、まだ上記の「狭義の韓流」が一般的に通用されるように思われる。だが、今後も韓流という言葉が多様なカテゴリーから使われ、さらに概念や範囲を拡大していくならば、またその定義も変化する可能性を持つ。

1.2 韓流現象の発生要因

韓流現象の発生についてその原因を究明することは簡単な作業ではない。韓流の発生原因に関する多くの研究からさまざまな接近方式が試みられたが、韓流現象は時期や受容地域によって異なる様相を見せており、その展開過程にしたがって発生原因に関する言説も多様な形で議論を展開してきた。

一般に文化研究者による韓流の言説では、主に「グローバル化」、または「グローカル化」の流れのなかで韓流を認識して、その発生原因に関する議論が展開されている。

グローバル化とは、世界の国々やさまざまな地域がより自由に、密接につながる過程、つまり全地球上の世界が一つの村になるようなことを意味する。ヘルド (David Held) はグローバル化を、「社会的・政治的・経済的活動が国境を越えて拡張され、世界のある地域の事件・決定・活動が、遠い地域の個人や共同体に深い影響を及ぼすことを意味する」という [Held 1999 ; ジョ 訳 2002]。このような状況を招いたのは、交通・情報通信技術の進歩や大衆媒体の発達であるが、アパデュライ (Arjun Appadurai) は、現代人が大衆媒体を通じて同じ物事を認知し、想像し、情緒の共同体 (Community of sentiment) を形成し、国家を超える広範な共同体への意識を持つと言い、現代の生きる人々が世界的な総体を意識するようになったことからグローバル化を説明する [Appadurai 1996 ; チャ 2004 訳]。

過去の民族文化は限定された領土のなかで、特定の民族により形成され、空間の区分が絶対的な変数として存在していた。しかし、グローバル化が進むによって、韓流の広がりから見られるように、今日の大衆文化は国境を越えて受容される、脱領土性を見せている。このような状況からジョハン・ヘジョンは韓流を、「越境する超国的資本とメディアの流動、そして人の移動から起因する複合的で力動的な超文化化現象のひとつ」として把握している [ジョハン 2002]。また、ハ・ジョンウォンも、韓流の形成背景として、1990 年代以降の東アジア地域における急速な経済成長や政治的民主化、新たな文化受容者層の形成などがテレビ技術の発展及び商業化などと噛み合っってローカルなテレビ番組に対する大衆の需要を作り出し、韓国映像コンテンツの越境流動を促進したと指摘する [ハ、ヤン 2002]。

ホール (Stuart Hall) はグローバル化を通じて新しく共有される文化的・社会的空間のなかで、理念、価値、知識、制度などの混性化が進むと言うが [Hall 1996 ; ジョン 訳 2000]、上記の韓流の発生背景をめぐる議論において、韓流はグローバル化が推し進められている東アジアを駆ける超国家的な文化の混成化現象として捉えられる。

実際に韓流は最初、中国を中心として東アジアのいくつかの地域からはじまったが、これらの地域に限って韓流の発生背景を論じるとき、当地域における資本主義価値観の拡散と、急速な産業化の中で台頭した中産階層による大衆文化消費の需要増加などがその背景となっていた [イ・ジウン 2007 : 8]。このような東アジア地域におけるグローバル化の状況では、西欧先進国の大衆文化の進出と、自国内の文化コンテンツ生産能力を備えてない東アジアの文化輸入国との間に文化的衝突が生じることもあった。それに対し、韓流は、西欧的な洗練化を果してハリウッド大衆文化の要素とテクニックをもっていながらも、東

アジア諸国との間に儒教的価値観などの文化的な共通性を持っている点から、東アジア諸国の人々に、容易に受け入れられることができたという認識が、韓流に対する各国の反応と認識を分類した多くの研究から挙げられている [金延熙 2006 ほか]。結局、韓流に内在された西欧的な要素とアジア的な要素の共存は、韓流が受容国家において西欧文化の代替物になりうると同時に、中国をはじめとする東南アジアの国々が経験する急激な近代化や産業化の衝撃に対しては、緩和措置としての役割をも果しうると言える。市場改革が進んだばかりの中国や後発開発途上国である東南アジア諸国において韓国が経済的モデルとなった場合、米国や日本のような先進国に比べ、韓流受容国家との心理的距離感が少なく、より親近なイメージを持って進出が可能であったという判断であろう。

しかし、先に中国や東南アジア地域を中心として起こった韓流現象に対する上記の説明は、同じ時期に日本における韓流現象が起こっていない状況を説明するには問題点を含んでいた。同じ東アジアの文化圏に属している日本で韓流現象が起こっていない理由を、シンは韓国より高い日本の経済水準から見出していた [シン 2002 : 20]。また、日本は韓国より競争力の高い自国産のコンテンツ生産能力を保有している点も日本における韓流現象の不在の説明背景となった [木村 2007 : 213]。

ところが、韓国より経済や文化産業の規模が大きい日本でも韓流現象が起こったことから、これらの説には多くの修正が必要となった。日本における韓流現象の存在は、一般に文化は大きい市場から小さい市場へと流れるという既存の文化拡散理論では説明できないものであった。

結局、東アジアを中心とする文化のローカル化の様相を見せ、文化強国中心のヘゲモニーが周辺国家に伝播され、文化の普遍化・画一化をもたらすと批判されるグローバル化では韓流現象の発生原因や展開過程の説明ができなくなり、既存のグローバル化の議論が持つ限界や問題点を解決しようとする方案として、「グローカル化」の概念が論じられる。グローバル化とローカル化の同時進行を意味するグローカル化は、個別文化圏が持つ文化的要因の相互交流の脈略のなかで「地域文化(ローカル文化)」の新たな意味の生成を理解し、疎通の価値を見出す関係志向的な文化交流を提示する [イム 2011 : 14]。

超国家的企業が特定地域に商品の形態を変化した大衆文化や、自国内の伝統文化や固有文化を変形して世界的な文化商品を製作すること、外来文化を加工して自国の文化的土壌や情緒に合わせることを全てがグローカル文化と言える [キム・ソンス 2012 : 39]。たとえば、ジャン・ナラ、BoA、東方神起のような韓流スターの海外進出における現地化戦略、日中韓の俳優や監督、制作進などが共同作業で制作する合作映画、日本化された韓国の飲食文化などは、グローカルの文脈から理解できる超国家的な文化現象である。

一方、以上のような世界のグローカル化現象を前提とし、日本の韓流現象を説明するために、韓流研究が最初に着目したのは日本社会のノスタルジ的な感情であった。ドラマ『冬のソナタ』がきっかけとなった初期韓流ブームの主な視聴者層が中高年女性であったことから起因したこの議論では、日本の韓流受容者は韓国の男性俳優から「昔の日本人の

姿」を発見し、「日本が失ったもの」を見つけ、韓国の風景から「初めてなのに懐かしい」という感覚を覚えるという [黄 2007b : 81]。

しかし、純粋な恋愛感情、深い家族の絆、上下関係における厳しい礼儀など、伝統的な儒教価値観に基づいた初期の韓流ドラマの受容から見られる、ポストモダン化が深化し過ぎた現代日本社会のノスタルジアをめぐる議論や [小倉 2005 ほか]、生産の過程において日本の影響を強く受けている韓流が [リー2004]、「どこか似ているがどこかが異なる」という特質をもとに日本社会に対して懐かしさと新鮮味を同時に刺激したという議論も、ここ 10 年間の日本における多様な韓流商品の消費様相を全て説明することはできない。

韓流の発生原因に関する以上の議論をまとめると、韓流現象は 1990 年代以後のグローバル化とローカル化が混在するなか、超国的文化の越境流動により触発されたという前提条件を持つ。そして韓流は、韓国の文化産業の成長、東アジア文化圏の共通価値を内在していた韓国文化に西欧化・洗練化が加えられた混種性という内的な要因と、各受容地域の市場変化と社会的状況という対外的要因との相互作用の結果であると言える。

だが、これらの議論もまた東アジアの韓流現象を説明するに限るものであり、ヨーロッパや米国などの西欧先進国をはじめ、世界各地へ拡張している韓流現象の今後の動きには予測が付かず、その原因を究明するにおいても新たな議論の展開が必要となるであろう。

1.3 韓流の効果

韓流の効果は、大きく経済的效果と政治的效果に分けられる。韓流は基本的に韓国の大衆文化商品の海外における消費現象であるので、最初は主に経済的效果に関心が集められていたが、その展開や進行により、国際社会における韓国の国家認知度やイメージを高める効果が注目されるようになった。

サムスン経済研究所の分析によれば、韓流は大衆文化の流行、派生商品の購入、韓国商品の購買、韓国好きといった、四の段階で発展するという [サムスン経済研究所 2005 : 3]。

ここで二段階の派生商品の購入というのは韓流への関心によって韓国の大衆文化商品を購入することを意味し、韓国商品の購買とは韓流の影響が韓国企業のブランドイメージを高め、大衆文化商品以外の一般消費材の購入、韓国の観光商品の消費などにつながることを意味する。二段階や三段階は両方とも韓流の輸出効果と言えるので経済的效果に該当する。一方、最後の韓国好きの段階は、韓流により韓国の国家イメージ全般に肯定的な影響が与えられ、韓国文化や生活様式など韓国自体に好感を持つことを意味するが、このことは韓流の政治的な機能とも言える。

1.3.1 経済的效果

韓流の経済的效果は、輸出効果と国民経済への波及効果で分けられ、さらに輸出効果は、

韓流商品の直接輸出効果と、関連一般消費材の輸出や観光産業など、間接輸出効果に分けられる〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009〕。

まず、輸出効果において、直接輸出効果をもたらすのは韓流商品の海外販売である。韓流商品とは、放送プログラム、映画、大衆音楽、アニメーション、ゲーム、キャラクター商品、出版書物などの大衆文化ジャンルを意味し、前述した「狭義の韓流」に該当するものである。これらの大衆文化ジャンルに関わる産業に対して、韓国では文化コンテンツ産業という表現を用いることが多い。文化コンテンツ産業の概念については、次章で詳しく説明するが、要するに、これらの放送プログラムや映画、大衆音楽などを含む、文化コンテンツ産業の海外輸出を、韓流の直接輸出効果として理解してよいのである。

韓国コンテンツ振興院が提供する産業統計資料によれば、2010 年度の放送プログラム、映画、大衆音楽、アニメーション、ゲーム、キャラクター商品、漫画、出版書物、広告、知識情報、コンテンツ・ソリューションなど 11 個項目の文化コンテンツ輸出額は約 32 億 2,609 万ドルである。前年度の 26 億 423 万ドルに比べ、23.9%が増加しており、韓流現象の進行とともに増加を続けている。一方、国家及び地域別輸出額の占有率は日本が 26.2%でもっとも多く、中国が 24.5%、東南アジア地域が 22.0%の順を占めている〔韓国コンテンツ振興院 2012〕。ここの海外輸出額から見ても、韓国の文化コンテンツ輸出において高い占有率を示している地域は主な韓流受容国家として知られている日本や中国を含む東アジア地域である。つまり、文化コンテンツの輸出効果が海外における韓流現象の経済的效果を図る主な尺度となりうることを示唆しているのである。

韓流現象以前、自国内の需要に対する充当能力を持たず海外から文化コンテンツを輸入する立場であった韓国は、韓流の輸出効果に背負って今や文化輸出国へと変貌している。だが韓流の人気は、韓流に直接関わる大衆文化商品のほかに、韓国の一般消費材やサービスの輸出増加にもつながる。中国やタイなどで韓国飲食や化粧品ブランドが占有率を高めたり、ペ・ヨンジュンをモデルとして起用した日本で韓国産の自動車販売率が増えたり、韓流ドラマ撮影地をめぐる観光産業が好況を迎えたことなどがその事例であるが〔大韓商公会議所 2006：10〕、このように韓流がほかの産業へ派生効果を及ぼすのが、韓流の間接輸出効果である。

しかし、文化コンテンツ商品だけでなく、とりわけ一般消費材への派生効果については、分野別韓流の影響が異なるため、各輸出額を商品別、地域別、年度別に韓流の影響を考慮して輸出効果を計算する必要があるが、韓流の影響を正確に把握するための工夫⁽²⁾が求められる。たとえば観光産業の場合、全体観光客のうち、韓流の影響により訪韓した旅行者の比重を調査し、彼らの一人あたりの支出金額を考慮して韓流による観光効果を算定する〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009〕。ちなみに、日本における韓流ブームの最中であった 2005 年の訪韓観光客は約 86 万名で、この年に訪韓観光客が韓国で支出した金額は総 1 兆 1,166 億ウォンであった〔財団法人韓国文化産業交流財団 2008：336-342〕。もちろん、訪韓した全ての日本人が韓流による観光客であるとは言えないが、韓国観光公社が訪韓外国

人を対象として毎年行う「外来観光客の実態調査」によれば、多くの外来客が韓流による観光客であると推定⁽³⁾される [韓国文化観光研究院 2011]。

このように、韓流の間接輸出効果は韓流商品の直接輸出効果に比べ、正確な経済効果を算出することに多少の難点がある。だが、韓流現象以後大きく成長した韓国の観光産業や、韓流受容国家における輸出額の増大の様相などにさまざまな経済効果の推定方法を適用した結果、韓流の直接輸出効果を大きく上回る経済的派生効果がうかがえる。

次に、国民経済への波及効果は、財団法人韓国文化産業交流財団の説明によれば、韓国銀行が発表する産業連関表を利用して韓流と関連する産業を分類してその関連産業をもとに韓流の生産誘発係数、付加価値誘発係数、就業誘発係数を取り出し、これに前述した韓流の直接及び間接効果の年度別割引輸出額をかけ、総合的な経済効果を算定するという [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 355-364]。

財団法人韓国文化産業交流財団の説明によれば、2005 年の時点で、韓流が韓国の国内生産に及ぼす生産誘発効果は、総 5 兆 6 千 545 億ウォン⁽⁴⁾で算定されていた。国家及び地域別に見れば、このうち日本における韓流現象による経済効果が 1 兆 7 千 246 億ウォンと推定されてもっとも金額規模が大きく、次に中国のほうが 1 兆 1 千 969 億ウォン、日本と中国を除いたアジア地域の国々を合わせて 2 兆 2 千 165 億ウォン、ほかに残りの地域が 5 千 164 億ウォンの生産効果を誘発していることが示されていた。部門別では観光産業が 1 兆 4 千 951 億ウォンで金額規模がもっとも大きく、2005 年当時の韓流観光客の増加による経済的効果が示されている。同年の付加価値誘発効果は 2 兆 1 千 186 億ウォンで、日本関連が 7 千 460 億ウォンで一位、中国が 4 千 259 億ウォンで二位となっている。部門別ではやはり観光産業がもっとも効果が高く、家電製品、携帯電話などが後を継いだ。就業誘発効果においては、2005 年度の 6 万 3 千名のうち、やはり日本関連がもっとも多く、ほかのアジア地域（日本と中国を除いたアジア諸国）、中国の順であって、同様に観光産業への就業効果がもっとも高かった [財団法人韓国文化産業交流財団 2008]。

また、『毎日経済新聞』とネモパートナーズの共同分析によれば、2012 年の全産業に波及される生産誘発効果は約 12 兆ウォン、就業誘発効果は約 6 万 7,000 名に及ぶと予想される [毎日経済韓流本色プロジェクトチーム 2012 : 105]。

以上の韓流による経済的効果は、高い付加価値を創出して韓国内の文化コンテンツ産業界だけでなく、1997 年の IMF 危機以来沈滞していた多くの関連産業全般に経済的活性化をもたらした。キム・スイは、初期の韓流をめぐる議論において韓流がもたらす経済的効果が重要な位置を占めていた点を指摘し、もし韓流が経済的利益に繋がらなかったら、韓流に対する韓国内の関心は高くなかったはずであると論じる [キム・スイ 2006 : 14]。韓流現象の展開につれ、徐々に韓国の国家イメージを引き上げる韓流の政治的機能が注目され、さまざまな議論が行われてきたが、韓流の経済的効果は未だに韓流の重要な機能として挙げられ、政府の支援政策や学界の研究分野、言論の報道などのさまざまな韓流言説において多大な関心を集める要因となっている。

1.3.2 政治的效果

韓流の政治的效果は、国際社会における韓国の認知度を高めることから始まる。韓流を消費する海外の受容者が持つ韓流スターに対する関心が韓国や韓国人、韓国文化全般への関心までつながる場合がある。近年の韓国に関する知識が足りない非韓国人が、韓国の大衆文化と接することで韓国という国家の存在を知る、もしくは韓国に対する過去の否定的な国家イメージ—貧しさ、戦争、軍事政権、人権抑圧、反政府運動などを払拭し、親近感や肯定的な認識を持つようになることは、さまざまな世論調査や関連報道から見られる〔ハム、ホ 2005；長谷川 2007；チョン 2009 ほか〕。

韓流による韓国の国家イメージの向上は多くの受容国家から目撃される。たとえば、パク・スギョンはタイの現地言論の「Hallyu: South Korea rides the wave」といった社説の内容を紹介し、タイ人が韓国に対して持っていた「男性支配の社会」や「国守主義的」で「編狭な社会」などの伝統的なイメージが、韓流によって肯定的なイメージに取って代わっていることを伝える〔パク 2010：9〕。ほかに、1992 年韓国政府と中国との国交を樹立以後、交流が断絶されてきた台湾でも、韓流現象によって韓国に対する好感度が高まったとされる〔財団法人韓国文化産業交流財団 2008〕。1967 年から 1972 年にかけてのベトナム戦争に韓国軍が参戦した記憶から、ベトナムの国民が韓国に対して持っていた過去の否定的なイメージも、韓流ドラマによって親近なイメージに入れ替わったとされる〔ユほか 2005〕。

以上のありようは、韓流による韓国の国家イメージの改善に関する事例といえよう。だが、何より日本における韓国に対する認識の変化は、韓国のメディア上や関連研究などにおいて大きく捉えられ、韓国の韓流言説において主な議論の対象となっている。戦後日本社会は長い間、隣国の韓国に対して否定的なイメージを持っており、近年の韓国の社会的・文化的変化にあまり関心を示さなかった。しかし、2004 年を前後とした韓流ブームによって韓国や韓国人に対する関心や好感度がかつてなかったほど高まっていたことが多くの関連研究やメディアの報道から明らかになっている〔平田 2004；イ・ジウン 2006；長谷川 2007 ほか〕。

とくに日本における韓流ブームのひきがねとなったドラマ『冬のソナタ』はそのコンテンツの販売単価は別として、関連小説が 122 万部、ガイドブックが 43 万部、ビデオや DVD が 40 万セットなど、2004 年 9 月の時点で既に 1,500 億ウォン以上の付加商品の販売高を上げるなど〔韓国文化観光研究院 2005a：6〕、その経済効果においてさまざまな話題を作り出しているが、とりわけ日本社会における韓国や韓国人のイメージを向上させた点が韓流の政治的效果として高い評価を受けている。

2004 年、NHK 放送文化研究所の三矢恵子が日本全国の 2,200 名を対象として実施し、1,289 名が回答した世論調査では、回答者全体の 90%が『冬のソナタ』の存在を知っており、38%は視聴の経験を持っていた。この視聴者の 26%が「韓国に対するイメージが変わった」と

し、22%は「韓国への興味が増した」と、そして、13%が「韓国に対する評価が変わった」とした〔三矢 2004〕。もちろん、一部のドラマの視聴者に限った結果ではあるが、『冬のソナタ』を通じて韓国文化全般に対する関心が喚起される可能性がうかがえる結果であったと言える。

実際に、『冬のソナタ』の波及効果は、ドラマの視聴者を中心として、韓国文化全般への関心を喚起させていた。たとえば、小倉によれば、『冬のソナタ』の影響を受け、2004年度にNHKテレビハンゲル講座のテキストが前年対比2倍に該当する約20万部を売り上げ、英語のテキストに次ぐ順位を記録したという〔小倉 2005 : 68〕。このNHKハンゲル講座のテキストの投稿欄には、2002年から受講者たちから韓国ドラマに関する内容のものが現れはじめたが、NHKの地上波で『冬のソナタ』が放映された2004年には『冬のソナタ』に関する内容のものが19通もあり、これは年間の投稿総数の約4分の1に相当するという〔山 2007 : 68〕。『冬のソナタ』をはじめ、韓国ドラマの視聴者たちがハンゲル講座の受講生として加わっている様相から、韓国ドラマや韓流に対する関心がハンゲル学習へのブームにまで繋がっていたことがうかがえる。

また、2005年12月の日本交通公社（JTB）のホームページには、日本人旅行者に人気のある都市として、既存のパリ、ニューヨーク、シドニーなどにソウルが加わっていることが示されていた〔櫻坂 2008 : 34〕。韓流ブーム以後、ソウルが日本人が好む旅行先として挙げられているだけでなく、前述したとおり、韓流ブームの2005年には日本人観光客の訪韓件数も目立つ増加を見せていた。韓国において韓流による日本観光客の増加は、観光産業の面から見て韓流の経済的効果として強調されるものでもあるが、たとえ距離的近さや物価の安さなどの要因が大きくはたらいっているとはいえ、危険や不潔、貧乏などの過去の否定的なイメージを払拭し、パリやニューヨークのような屈指の人気都市とともに、訪れたい観光先として脚光を浴びているようになったのは、ソウルや韓国のイメージの向上を意味する政治的な効果の一面でもある。

このような韓流から触発される日本社会の韓国や韓国人、韓国文化全般に対する関心や好感度の増加により韓流の外交手段としての機能が注目を集め、日韓友好へのはたらきに対する期待を寄せられた。前章で述べたとおり、1990年代には冷戦の終息以後、日韓両国が安全保障のための協力する必要性が相対的に弱まり、また、日本社会の保守化・右傾化傾向と韓国の歴史認識の高まりなど、さまざまな要因によって両国の相互認識は肯定的な方向には向かっていなかった。しかし、その後、日本人の対韓認識は、1998年の日本の大衆文化の開放措置の施行、2002年のサッカーワールドカップの日韓共催などを通じて徐々に好転する。さらに、『冬のソナタ』で代表される韓流ブームは、日本人の対韓認識に関する世論調査の結果からその存在感を示した。2004年の10月7日から17日にかけて日本の内閣部が行った世論調査においては、日本周辺国に対する日本人の親密感に関する調査で、「韓国に親密感を感じる」という意見が56.7%に達しており、1978年以来、最高値を記録している〔『産経新聞』2004年12月19日付〕。このような両国間の心理的距離の短縮につ

いて、韓国の『中央日報』の文化部長ノ・ジェヒョンは「ヨン様一人で駐日韓国大使 100 人分の仕事をやってしまった」という話は決して大げさではないと指摘する〔ユほか 2005 : 7〕。

以上の韓流ブームによる日本社会の韓国に対する認識の転換は本稿の主な考察の対象であり、日本の韓流現象が韓国にもたらす経済的価値以上に韓国の民族自負心を大きく刺激しているように見られる。後述するように、このような民族的な自負心の増大は、韓流を国際政治の場で活用しようとするさまざまな言説を呼び起こすようになる。

1.4 韓流の動向

韓流は 1997 年中国における韓国ドラマの人気をその初めとし、これまで約 15 年間の展開過程を通じてさまざまな変貌や拡張を遂げてきた。前述したように、2010 年度の韓国文化コンテンツ商品の海外輸出総額は 32 億ドルを超えるほど、これまで成長を続けてきた。韓流商品の輸出額規模が増加しただけでなく、ジャンルの範囲も拡大し、進出地域も広がってきた、韓流のこれまでの発展過程は、いくつかの段階で区分することができる。韓流現象の発展段階は研究者によってさまざまな見解があるが、1997 年から 2000 年代初、2000 年代初から 2000 年代半ば、そして 2000 年代半ばからその後の三つの時期に区分するのが一般的である〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009 ほか〕。

まず、韓流の第一期としての 1997 年から 2000 年代初までは、韓流コンテンツが海外消費者に紹介され、評価を受けはじめた時期である。通常、1997 年に中国で放映された韓国ドラマ『愛が何だって』が韓流現象を呼び起こした初めての韓流コンテンツとして認められるので、その年を起点とし、その後、主にアイドルグループ中心の大衆音楽やテレビドラマが人気を集めはじめ、少しずつ中国や台湾を中心とし、東南アジア地域までその影響圏を構築していった時期が韓流第一期に該当する〔バンほか 2007〕。

この時期の主な韓流消費者層は 10 代から 20 代の若い世代であった。当時の主な韓流受容国であった中国の場合、ドラマの放映により韓国芸能人に対する関心が増加し、同時にダンス歌謡を中心に韓国の大衆音楽が人気を集めながら、韓国歌手のファッションを模倣する青少年が増えはじめた〔吉 2009 : 22〕。1998 年 11 月、北京中国劇場で KBS が開催した「開かれた音楽会」の中・韓イベントに韓国歌手が出演して以来、韓国のアイドル・グループ H.O.T や N.R.G、人気俳優アン・ジェウクなど中国で人気の高い韓流スターの現地コンサートのブームが続いた。とくに 2000 年 H.O.T の北京公演には 1 万 2 千名のファンが殺到し、中国全域に H.O.T の人気を広がって韓流ブームを牽引した。しかし韓流スターに対する中国青少年の熱狂は中国の既成世代に不安をもたらした。中国政府は韓国の大衆文化の国内ブームに対する制裁措置として 1 年間韓国歌手の公演を禁止するなど、韓流に強い警戒を示した〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009〕。

韓流という言葉が初めて使われるようになった中国において、その名称が警戒の意味を

含む「寒流」からはじまったことから、外来（韓国）の大衆文化に対する中国青少年の熱い関心と消費が、社会主義体制で成長してきた既成世代にとっては、警戒の対象となっていたことは想像できなくもない。中国の既成世代による韓流への警戒は中国伝統文化の保護や自国文化産業の育成への意志から起因するものであり、後の「抗韓流」といった反韓流言説につながっていく。

中国の以外に、台湾やベトナムも韓流の初期の重要な進出地域である。台湾では輸入単価の高い日本ドラマに取って変わり 1998 年からケーブルテレビで放映された韓国ドラマが人気を集め、韓流現象を牽引した。とくに 2001 年放映の『秋の童話』は 70 個のチャンネルが競争していて視聴率 1% 台を超えることも難しい台湾の状況の上で、3% という視聴率を記録して全チャンネル一位となり、韓国観光のブームにまでつながった [バンほか 2007 : 134]。ベトナムでもやはり 40 個前後のチャンネルを保有しているテレビ放送を中心に韓流現象が広がった。外来勢力からの侵略や植民地支配の記憶、理念対立による民族の分断など、韓国と類似な歴史的経験を持つだけでなく、儒教文化や家族主義など共通の情緒を持つベトナムでは、主に家族や兄弟、もしくは勧善懲悪の物語を扱った韓国ドラマの人气が高く、これには文化的近接性が大きくはたらいたと判断される [バンほか 2007 : 145-146]。

ところで、上記のような海外における韓流の拡張にもかかわらず、この時期の韓流に対する展望は発信側である韓国内では懐疑的なものも多く、その持続可否に疑問を持ち、一時的な流行で終わってしまうという認識が高かった。当時の韓流はまだ韓国においては、一つの文化現象として認められることまで及ばなかったが、海外とりわけ中国における受容や進出に関する政府の報道やメディアの報道をもとに、徐々に自国内にその存在感を膨らませていった時期であった。

次に、韓流の第二期である 2000 年代初から 2000 年代半ばまでは、韓流の主な舞台が中国や台湾、東南アジア地域から日本に移る時期である。

2000 年代初めにはサッカーワールドカップの開催により韓流の海外拡張が期待されていたが、実際には既存の大きな市場であった中国において、政府による外来文化への規制や韓流商品の不法流通が原因となって以前のような成長が期待できなくなっていた [吉 2009 : 24]。その代わりに、2003 年後半から 2004 年にかけ、ドラマ『冬のソナタ』が日本で大ヒットし、さまざまな社会現象を起こしていることがメディアを通して韓国内にも伝えられると、韓国内の韓流に対する関心も一気に高まった。とくに、日本における韓流ブームの引きかねとなったドラマ『冬のソナタ』のファンはほとんど 40 代以上の中高年女性であったことも韓流に関する言説においてさまざまな話題を提供し、議論や研究の対象となった。その後に放映されたドラマ『チャングムの誓い』の人气は日本の男性層まで韓流消費者層を拡大させてと評価を受けているが、日本だけでなく、中国や台湾、東南アジアなど既存の韓流市場はもちろん、中央アジア、アフリカ、東ヨーロッパなど世界中に広がり、第三期における韓流の世界的拡大の土台を作ったと言える [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 29]。

一方、この時期は、日本市場を中心にテレビドラマジャンルと映画ジャンルが強い勢いを見せ、韓流コンテンツの主力ジャンルとして認められた時期である。テレビドラマを中心とする放送産業の海外輸出総額⁽⁵⁾の推移は、下記の図 2.1 のとおりであるが、2004 年と 2005 年の日本における韓流ブームの好況の影響がうかがえる。1997 年の 831 万ドルから、2004 年に 7,146 万ドル、2005 年には 12,176 万ドルまで大きく伸びていた。これには海外販売の件数が増えたわけもあるが、ドラマ一本あたりの輸出単価自体、韓流初期中国に 700 ドルから 800 ドルの価格で販売されていたのが、2004 年に平均単価 4,046 ドル、2005 年には 4,921 ドルで日本に販売されるほど大幅上がっていた〔文化体育観光部 2006a〕。

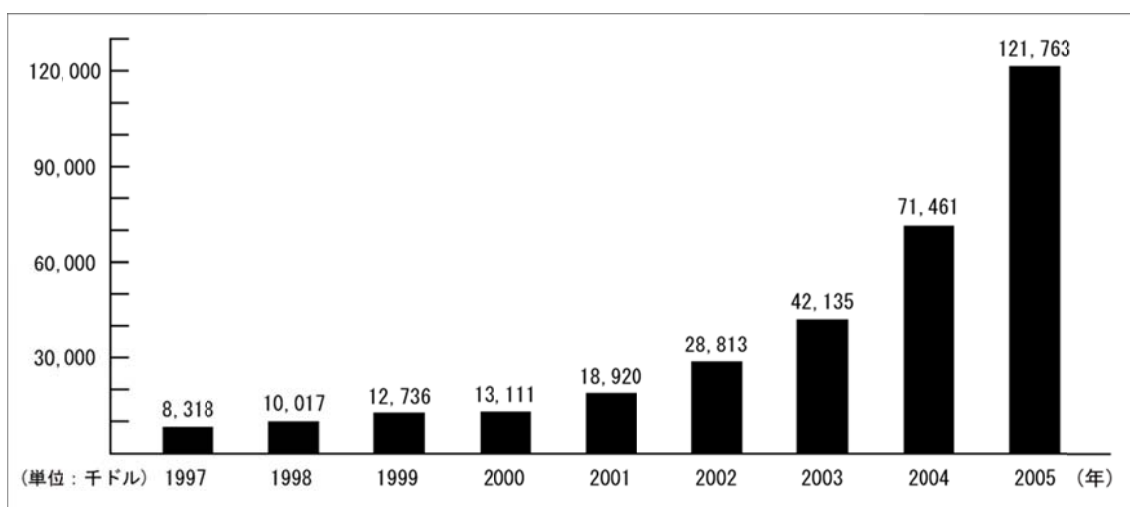


図 2.1：韓国の放送産業の海外輸出総額の推移（韓国コンテンツ振興院の刊行資料をもとに作成）

また、下記の図 2.2 から見られるように、映画も 1998 年度の 307 万ドルに過ぎなかった輸出総額が 2005 年度には 7,599 万ドルまで増加し、一本あたりの平均輸出単価も 1998 年 9 万 3,000 ドルから 2005 年には 37 万 6,000 ドルまで大幅上がっていた〔映画振興委員会 2007；韓国コンテンツ振興院 2006〕。

日本進出を契機として韓流商品の価格競争力が大きく上がったことは、後に韓流消費国家からの反発を受ける要因ともなるが、韓国において韓流は高い受益を保障するものとして受け入れられるようになった。日本市場の高い消費能力を背負って、韓流の影響は韓国の文化産業界はもちろん、一般消費材や観光など、諸関連産業にまで波及され、国民経済に大きな受益をもたらした。また、日本における韓流ブームや韓流スターの人気から、韓国・韓国人のイメージの改善に対する期待も寄せられた。韓国政府の韓流に対する政策もより多様な側面から展開され、メディアによる韓流報道の量も大きく増え、国民の関心も高まった。日本進出を契機として韓流は韓国社会の幅広い支持を受けるようになり、国家ブランドとしての地位を固めることができたのである。

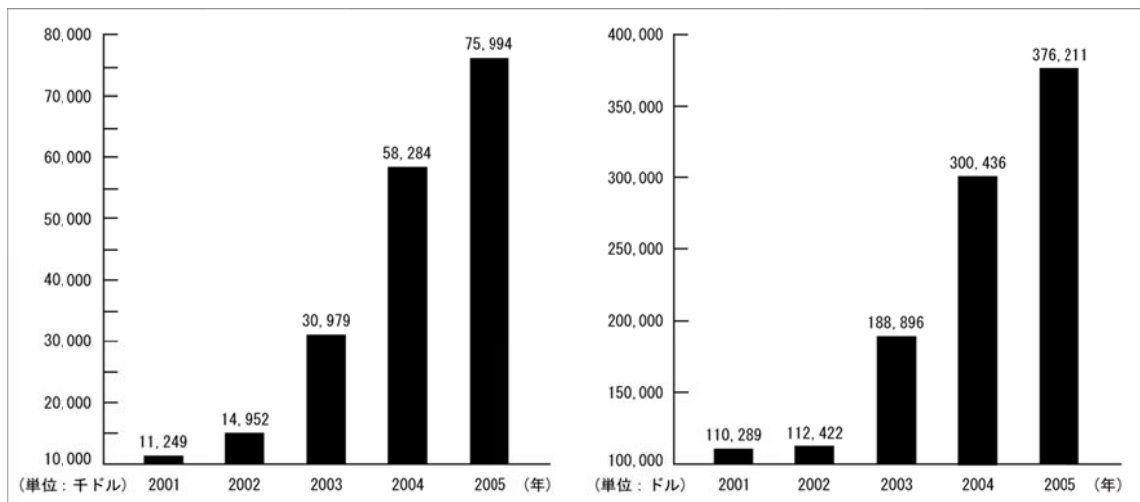


図 2.2： 韓国の映画産業の海外輸出総額<左>及び韓国映画の海外輸出単価<右>の推移（韓国コンテンツ振興院と韓国映画振興委員会の刊行資料をもとに作成）

最後に、韓流第三期は 2000 年代半ばから近年に至るまでの進行中である。当初は既存の大きな市場であった日本においても一時期落ち着きを見せたものの、地域的拡大だけでなく、伝統文化や韓国の生活様式や消費材製品などまでジャンルの拡大を図っている [韓国文化政策観光研究院 2005a]。

2005 年半ばから、日本では韓流に対する反動現象として嫌韓流が現れ、また、台湾では午後 8 時から 10 時までの外国ドラマ放映を 30% 以下に制限するという内容の自国ドラマを保護する措置が用いられた。ほかにも、韓流コンテンツの単価上昇による多くの受容国家における不満など、一連の韓流に対する反発が問題化された。このような状況をめぐって、韓流の発信側である韓国社会において、韓流に対する期待やまなざしを考え直すべきだという反省が求められるようになった [パク 2007 ほか]。結局、2005 年の嫌韓流は数ヶ月の議論の末、韓流に便乗した一つのブームとして扱われ、韓流現象に大きな悪影響を与えるまでには及ばないこととして一段落した [原尻 2006；丁 2006]。だが、2005 年末から 2006 年初の時点の日本における韓流をめぐむ状況は、2004 年から 2005 年前半にかけてのブーム当時のような活気は見られなく、しばらくの間韓流の危機や終焉に関する言説が関連研究やメディア上で議論を起こした。

しかし、2005 年以降も、韓国文化コンテンツの輸出総額は緩慢でありながら成長を続けており、第二期は主に中国や日本、東南アジアといった東アジアに編中していた韓流は、第三期に入っては中央アジア、アフリカ、ロシア、ヨーロッパまで地域的範囲を拡大している [財団法人韓国文化産業交流財団 2009：35]。2004 年の日本のブームのような、一つの地域における熱風は見られないが、着実にその勢力圏を拡張しつつあるのである。

とくに 2009 年からは、既存の韓流の主な消費市場である日本で韓国の少女アイドルグループを中心とした大衆音楽ジャンルが人気を博し、韓流第二期当時のドラマ『冬のソナタ』

のブームのような熱気までには及ばないものの、日本の韓流現象にふたたび活気が取り戻された。

近年の韓国の大衆音楽のブームは YouTube のような動画配信サイトをはじめ、SNS⁽⁶⁾ (Social Network Service) などの先端メディアを積極活用し、日本だけでなく、ヨーロッパや米国などでも受け入れられている。2011 年 6 月 10 日から二日の間、パリの Le Zenith de Paris で開かれた「SM タウンコンサート」は公演 2 か月前の 4 月 26 日のチケット発売 15 分で完売し、5 月 1 日にはチケットが入手できなかったファンが追加公演を要請する示威を行うほど韓流に対する人気が高まっている [毎日経済韓流本色プロジェクトチーム 2012 : 60]。

日本での韓流人気の復活やヨーロッパ進出のような韓流をめぐる近年の肯定的な状況が重なり、韓国のメディアでは、「新韓流⁽⁷⁾」などの言葉を用い、韓流の第二期の全盛期が到来したと表現している。

1990 年代末中国からはじまった韓流現象は、その持続可能性について議論が続き、15 年前後の歴史を迎えた。韓流の発信側である韓国において、韓流の経済的、政治的、社会的価値は非常に高く、今後の持続や拡張の展望について高い関心を示しており、さまざまな支援政策に取り組んでいる。世界に広がり認知度を高めながら成長を続けてきた韓流であるが、現在進行中である韓流現象は多様な方面への肯定的な機能や可能性を持つと同時に、それなり批判と反発を受けることもあり、その展望には予測が付かない。

2 日韓両国の相互文化の受容

冷戦が終わり、グローバル化・情報化が顕著となった 1990 年代以降、世界各国の文化に対する関心が高調してきた。東アジアにおいても、国家間交流の枠から脱した民間交流が活性化するなど、従来とは異なる文化現象が進展し、政治・軍事的葛藤や経済競争を超え、諸地域や集団間の葛藤と対立を緩和・解除する手段として文化交流の重要性が浮かび上がってくる [李 2005 : 41-42]。

1998 年、韓国の金大中大統領（当時）も 21 世紀を文化の世紀と判断し、未来志向的な日韓関係を構築するために日本の大衆文化の公式開放を断行した。韓国にとって日本大衆文化は過去の歴史問題の記憶によって長い間警戒の対象となってきたが、公式開放を前後とした時期からは、相互衡平性に基づいた双方向の文化交流が両国の相互理解を深める手段として期待されてきた。そして、その後の日本社会における「韓流」現象はまさにこれまでの日韓文化交流における不均衡の様相を払拭しただけでなく、日本の受容者における自然発生的・能動的な文化実践が両国間の疎通と理解の手段として期待を寄せられてきた。

このように、日韓両国間の理解と疎通において文化交流が強調される理由は、文化の発信と受容には個別国家の経済的利益の算出と政治的支配の論理が複合的に前提されており、国家レベルではもちろんのこと、個人レベルにおいても対外認識の全般に及ぼす波及効果

は大きいからである〔チェ・ヘリム 2011 : 1〕。戦後これまでの日韓関係においては、過去の歴史問題をめぐる両国政府間の外交摩擦が国民間の相互感情対立につながってきた。そのような状況のなか、「近年の日本人の3人の1人が韓国人を見近に感じるようになったのは、韓流ブームと両国間の年間500万を超える人的往来の反映であろう」と述べる小針の言葉とおり〔『朝日新聞』2010年6月10日付〕、草の年における文化の交流が両国間の疎通と理解の手段となり、相互の反感を抑えてきた一面もある。

韓流の一般考察に続き、以下では、前章の両国間政治摩擦を主とした日韓関係とそれに従う両国の国民感情の展開を踏まえ、日本の韓流現象を含む、両国間の文化交流がどのように展開してきたかを探る。これらの両国間の大衆文化の発信と受容の様相を、後で展開する両国間の文化交流と相互認識の相関関係に関する議論の前提として把握しておく。

2.1 韓国社会と日本の大衆文化

2.1.1 韓国政府の日本文化規制と非公式経路の消費

1945年、日本の植民地から解放された朝鮮半島は米軍政時期を経て、1948年に南側では韓国政府が正式に樹立される。当時の李承晩政権は、「反共」と「反日」を統治イデオロギーとしていた。1965年日本との間に国交が正常化するまで、両国の間に正式の交流は存在せず、植民地期に日本から持ち込まれたと思われる、韓国社会内の日本的な要素の残存は、「倭色文化⁽⁸⁾」として規定され、排斥の対象となった〔呉 2001 : 5〕。植民地期に行われた創氏改名政策による日本式の姓名から、日本式に名づけられた行政区域名（～町、～丁目）などが韓国式に改称されたが、日常生活にまで深く浸透されていた日本式の語彙を韓国の固有語に置き換えようとする試みもあった。また、大衆歌謡、小説など、戦前から日本経由で韓国社会の日常に受容されていた大衆文化も排斥されるべきの「倭色文化」として、厳しい取り締まりの対象となったが、実際には日本の大衆文化を楽しむ人々が多く、完全な一掃はできなかった〔『朝鮮日報』1948年8月15日付〕。

以上の日本文化に厳しく適用した規制政策の根拠は、主に日韓間の歴史問題に起因する、国民の支配的な反日感情であった〔金 2010 : 78〕。解放後の韓国社会において、日本のことを全面に否定し、その残存する要素を清算することは、韓国のナショナル・プライドを高め、文化的アイデンティティを保持する意味で、国家に対する国民の支持を求めるもっとも有効的な手段でもあったのである。

ところで、日本文化に対する規制は実際に法律により具体化されたわけではない。1950年の朝鮮戦争や南北分断に伴う社会的な混乱が相次いだ当時、これら日本文化への対処について韓国政府が法律などにより基本方針を整理し明示するということはなく、実際の対応は各行政単位や警察の判断に任されていた〔林 2005 : 230〕。戦後から1950年代の日本文化に対する取り締まりは制度的・法律的根拠を持たず、現実の対応にも一貫性が欠け、「日

本的要素」は韓国の日常に根強く残存したまま、韓国社会や文化に影響を及ぼし続けることになった。結果的に、一連の取り締まりにもかかわらず一掃されない「倭色文化」は、韓国社会においていっそう「浸透性が高い」警戒の対象として見なされ、その後も韓国政府は日本文化に対する厳しい統制政策を取り続けていくようになった〔林 2005 : 231〕。

1965 年、日本との国交を正常化させた朴正熙政権では反日路線を標榜することはなかったが、経済協力体制を結びながらも文化交流における議論は排除していた。当時の政権は、大衆文化を媒介として国内に共産思想や反政府思想が広まることを危惧したうえで、外来大衆文化に対して規制主義的な政策をとっていたが、具体的に「日本大衆文化」を明示して禁止する具体的な制度措置も存在しなかった。

金成政によれば、1961 年の「公演法」、1962 年の「出版社及び印刷所の登録に関する法律」、1962 年の「映画法」、1963 年の「放送法」、1967 年の「音盤に関する法律」などが韓国内の海外文化を規制するための法律として施行されたが、これらの外来大衆文化に対する規制策に、直接「日本」という国名は明示しないものの、間接的には日本大衆文化を禁止する基準が示され、規制の対象となったのは主に日本であった。強制的な法的措置が存在しない、当時の曖昧な「日本大衆文化の禁止」は、ただその「違反が非難される」という可能性の下で作動する禁止、つまり「慣例 (Convention) によって保証される禁止」のようなものであった〔金成政 2008 : 83-84〕。国交樹立以後、日本の資本を誘致した当時の政府は、日本大衆文化を法律的根拠を持って禁止できる立場ではなかった。だが、日本との国交樹立を行った朴正熙政権に反対する勢力を中心とした「反日言説」を抑えるためには、日本文化を受け入れることもできない、困難な状況で置かれていたのである。

ところが、このような韓国政府の方針とは違って、日本大衆文化は漫画や小説などの「海賊版」や、「ベッパン⁹⁾」と呼ばれるレコードなどの「非合法商品」という形で、韓国内に長らく存在してきた〔金 2004 : 166〕。韓国内文化産業の生産力は、政府の規制政策に見合うほど充分ではなかった。韓国（朝鮮）戦争後、経済復興に専念していた韓国の国内状況において、国民が満足できる大衆文化コンテンツの制作環境が整えられていなかったため、実際に韓国内で消費される大衆文化コンテンツの割合は多くが外国産であった。ドラマを含む放送コンテンツ、劇場映画、大衆音楽、アニメーションなどの諸ジャンルが主に欧米からの輸入に依存していた。このような状況のなか、距離的に近い日本の大衆文化商品は様々な民間ルートを通じて韓国内に入り込んだ。政府の規制政策を避け、非公式的に不法流通され、一部のマニア層を形成するようになったので、いっそう日本大衆文化に対する警戒の声も高くなってきた。

大衆音楽の場合、1970 年代からソウルなど大都市の一部レコード店では日本大衆歌謡の海賊版音盤が売られるようになった。町の露店でも日本歌謡を不法コピーしたカセットテープが安い価格で販売され、取り締まりの対象となった。1980 年代後半には 10 代や 20 代の若者層が新しい消費の主角として登場すると、彼らを対象とし、ソウルの富裕層の多い町では、個人が日本旅行から買ってきた音盤を高価で売る店も増えるようになった〔金

2004 : 175]。これらの店では取り締まりを避けるために、店頭の商品を陳列することはできず、主に一部マニア層の間に限って商品に関する情報が流通され、購買が行われた。

ドラマや娯楽番組などの日本の放送コンテンツも原則的に韓国での視聴は不可能であったが、一部のビデオレンタル店では日本の番組を録画したビデオテープを貸し出していた。筆者の経験によれば、日本で録画した日付けと番組の名称が書かれたリストを用意し、こっそりとレンタルが行われた。石井健一によれば、同じ時期、台湾でも同様のことが行われたという [石井、渡辺 2001 : 26]。だが、台湾が組織的な流通網を備えていたのに対し、韓国の場合は、個別的に持ち込まれたビデオテープが一部の店でレンタルされ、日本番組の少数マニア層の間で回された程度である。映画の場合も、放送番組と同様、不法コピーされたビデオテープの形で一部レンタル店で日本映画の入手が可能であった。

ただし、他のジャンルが個人レベルで非合法的に行われたことに対し、日本産のアニメーションは 1970 年代から韓国の正規放送で見ることが可能になった。当時の韓国は、日本のプロダクションから下請けの発注を受け、単純作業などに労働力を提供した場合もあるが、独自にアニメーションを制作することはなかった。当時の放送環境では、子どもの娯楽物に過ぎないアニメーションに莫大な制作費を投資する価値はないとする認識が支配的で、外国産コンテンツを輸入する方が経済的なメリットがあると判断されていた [イほか 1998 : 149]。

その事例として、1970 年代から、『鉄腕アトム』(TBC 1970 ; KBS 1983)、『マジンガーZ』(MBC 1975～1976 ; 1978～1980)、『魔法使いサリー』(TBC 1977)、『キャンディ・キャンディ』(MBC 1977～1980)、『アストロガンガー』(TBC 1978)などの日本産アニメーションが韓国の子供たちから爆発的な人気を集め、その後も多数の日本産アニメーションが韓国の民営・国営放送から放映された。金によれば、全ての日本大衆文化ジャンルが厳しく禁止された韓国社会で、アニメーションだけが合法的な購買を通じ、国営放送においても放映された背景には、その国籍を明記しない、すなわち、「日本色」を隠すことが容易であるという事情があったとされる [金 2010 : 78]。

たとえば、少女アニメーションの場合、中世ヨーロッパや米国の西部開拓地などを背景とし、金髪と青い目の西洋人キャラクターが登場する作品が多く、いわば「日本色」が感じられない。また、少年向けのロボット物やスポーツ物なども、町の風景は日本も韓国同様で違和感がなく、登場人物の名前は全て韓国式に変えたため、当時の子供たちは原産国籍を知ることがなかった。『マジンガーZ』のように米国のアニメーションとして紹介されるものもあり、『鉄腕アトム』をはじめ、多くの作品が国内産アニメーションとして認知されていた [金成玟 2008 : 88]。学校で反日教育を受け、日本のアニメーションを見ながら成長したこの世代の多くは、1990 年代に入り、やっと幼年期に見たアニメーションが日本産である事実を知ることになった。

もっとも韓国社会で多く消費されていたマンガジャンルにおいても、「原産国隠し作業」が続いた。韓国漫画界における日本マンガの剽窃は以前から指摘されてきた問題であった

が、特に 1980 年代には多くの日本マンガが不法複製され、海賊版として韓国内で流通していた。少女漫画の場合、ライトボックスの上に透写して、「日本色」の強い部分は描き直す形で修正をかけた剽窃作品が、幽霊作家の名前を用いて貸出し店で流通した[秋 2009:60]。少年漫画の場合は、原作をコピーした上にテキストだけをハングル化し、やはり「日本色」の強い部分や暴力性や煽情性が強い部分は適当に消してしまう。粗悪な海賊版で大手書店での正式販売は難しかったので、主に学校周辺の文房具店や玩具店で大量に流通した。例として、『一撃伝』(大島やすいち)、『YAIBA』(青山剛昌)、『シティーハンター』(北条司)など、日本でも人気が高かった作品はほとんど韓国内でも非公式に流通していた。

このように、非公式的経路を通じて韓国社会に流入されている日本大衆文化には性的・暴力的描写に満ちたものが多いとされ、韓国民の情緒に悪影響を及ぼす「有害物⁽¹⁰⁾」とされるようになった[林 2005:233]。とくに 1980 年代には、上記のように日本のマンガが韓国の青少年の間で大量消費されるようになったが、当時の韓国社会では知識人やメディアが主導し、日本大衆文化が青少年に及ぼす悪影響を指摘しながら、日本文化の煽情性と暴力性を強く批判した。日本大衆文化の「低質性」をめぐる議論は、たとえば 1973 年の「外国公演物の公演制限」に関する項目の、「国民情緒を害する恐れがあり、公序良俗に違背する外国の公演物を公演することはできない」という内容からも見られるように、国民情緒に悪影響を及ぼす低質文化としての日本文化を禁止する理論的根拠となっていたのである[金成政 2008:83]。ほかにも、「歴史教科書問題」をはじめ、主に日韓の政治摩擦の時に台頭される「日本の文化帝国主義の韓国文化界への侵略」といった言説もあり、これらの日本大衆文化をめぐるさまざまな言説は、韓国社会の日本大衆文化の公式的消費を不許する政策の思想的基盤となった。

結局、韓国政府の外来文化に関する規制政策は本来、日本のように、特定国家の文化を規制する性格ものではなかったが、当時の日本文化の輸入に反対する言説を背景とし、放送や音楽といった文化関連業界の自主規制として定着する社会的雰囲気を作られていった[林 2005:234]。

2.1.2 開放をめぐる賛否議論とインターネット上の大量消費

文化産業に対する厳しい統制が続いた時期を経て、1980 年代末からは、人権や言論の自由を保障する民主化への動きが続き、従来の言論と文化に対する規制政策の緩和・撤廃が行われはじめた。この時期には文化政策関係者から日本大衆文化に対しても規制の緩和や、開放を求める声が出てくるようになった。

1988 年 12 月、盧泰愚大統領が日本産経新聞との記者会見で日本の音楽や映画など大衆文化の公式輸入の可能性を示唆したことをはじめ[『ハンギョレ新聞』1988 年 12 月 31 日付]、1990 年代に入り、李御寧と李秀正のような歴代文化部長官、キム・ジョンナム青瓦台教門首席秘書官(当時)が日本映画をはじめ、大衆文化の開放と関連して積極的な立場を表明

した〔『東亜日報』1993年11月9日付〕。

実際 1988 年のソウル・オリンピックを契機とし、共産圏国家との文化交流がはじまり、当年首脳次元の合意を受けて日韓間の人的交流を進め、未来構想を提示するという目的で「日韓 21 世紀委員会」が設置されたほか、1992 年に大規模な韓国文化紹介イベント「韓国文化通信使」が日本で開催されることに對し、1994 年には日本文化紹介イベント「日本文化通信使」が韓国で開催されるなど、徐々に韓国における日本文化の公式流入が行われはじめた〔林 2005 : 234〕。

続いて孔魯明駐日大使（当時）や金大中アジア太平洋財団理事長（当時）なども、次々と日本大衆文化の公式開放を求める意見を披瀝したが、政府内部だけでなく、世論からも強い反発を受け、賛否をめぐる議論が行われた〔『ハンギョレ新聞』1994年2月2日；1995年2月9日付〕。

もちろん、世論といっても全てが日本大衆文化の公式開放に反対したわけではない。当時多くのメディアや文化団体が行った韓国の世論調査では若い世代を中心に多くの韓国国民が日本大衆文化の公式開放を望んだ。『京郷新聞』の『『日本大衆文化』なぜ恐れるか』という題のデスクコラムでチェ・ノソク記者は、「韓国の文化が日本に紹介されているのに、日本の文化の開放を禁止することは互惠平等の原則にそぐわない」「既にさまざまな非公式ルートで日本文化は韓国内に入り込み、見られる人は見ている」といい、既成言論の反対意見に非難されることを覚悟しながらも公式開放に賛成するという意見もあった〔『京郷新聞』1994年2月28日付〕。

韓国社会において日本大衆文化の禁止政策における正当性を支えてきた基盤は主に、「国民の反日感情」、「文化的副作用」、「国内文化産業の保護」であった〔金 2010 : 79〕。韓国社会における既成世代の深い反日感情は日本文化の公式開放に対する反対意思として表明され、国民の支配的情緒と見なされていた。たとえ公式開放に賛成する意見が数的に少なくないとしても、社会的雰囲気上、賛成論を公式的な場で披瀝するには反論からの排斥に対する勇気を必要としていたのである。とくに、開放の賛否をめぐって韓国の大衆文化業界では、競争力の高い日本の大衆文化が国内に流入されると、自国の大衆文化産業が打撃を受けるという懸念から、「国内産業保護論」を根拠に激しく反発した。

このような賛否論争が展開されるなか、上記の孔魯明文化部長官の開放論に對し、文化体育部（現文化体育観光部）も「まだは時期尚早」と退けていたが、外務部は「段階的な開放を基本方針とすべき」と開放に賛成し、1994年2月に金泳三政権は日本の映画、歌謡などの大衆文化ジャンルを段階的に解禁していくという「三段階開放」案を発表する〔林 2005 : 235〕。この三段階開放は、上記の日本大衆文化の開放に對する反対意見を配慮し、猶予の時間を持つことで、開放が国内に及ぼす衝撃を緩和しようとする意図を含むものであった。

一方、公式開放をめぐる議論の時点で既に多くの日本大衆文化が韓国内に根を下ろしていた。とくに 1990 年代に入ると、日本のファッション、飲食文化、遊び文化、日本語など、

若い世代を中心に韓国社会に日本文化の様々なジャンルが本格的に流行するようになった。その背景には、1990年代以来韓国社会で目立った変化として、PC通信とインターネットという新たなメディアの、若い世代の間における急速な普及があった。

先にネット上を占めたのはPC通信の方である。PC通信の利用者たちは、オンライン上で出会った他者と能動的に相互ネットワークを形成し、様々な情報の発信と受信を繰り返した。政府の政策で公式輸入が禁止され、簡単に日本大衆文化が手に入らない韓国社会において、PC通信が最も有効な情報共有手段となり、日本大衆文化への接触を助けた[朴 2002a]。

1985年、DACOM社の「チョンリアン」がサービスを開始した以後、「ハイテル」(1992年)、「ナウマリ」(1994年)など様々なPC通信会社が参入し、本格的にオンライン文化が流行した[イ・サンフン 2007]。これらのPC通信サービスにより、日本の芸能人や、大衆音楽、アニメーション、マンガなど、日本大衆文化ジャンルのオンライン同好会が多数形成され、情報共有の場として活用された。しかし、1990年代のオンライン上を占領したPC通信は、有料化と速度という問題点を内包していたので、1990年代後半から徐々に超高速インターネットに席を譲るようになる。同じ通信会社の利用者の間に限るPC通信とは異なり、全世界に開放されるインターネットは、ワールドワイドウェブが示しているように、世界の文化圏を一つに結び、グローバル化を促進した。以前のPC通信と同様、インターネット上でも日本大衆文化に関連する様々な情報が利用者に提供された。各種の大衆文化ジャンルに関連するニュースの紹介はもちろん、日本サイトの翻訳や、日韓間のチャットサービスも行われた。韓国はとくにインターネットの普及率が2009年には全国で80%を超えるほど高く、ネット上の溢れる日本大衆文化に関連する情報は、多くの韓国人に日本大衆文化に接する機会を与えた[韓国インターネット振興院 HP 2011年11月11日アクセス]。

インターネット普及初期にはまだ大容量のファイルの配信には長時間を要するため、ネット上では主にテキストとイメージの情報のみが共有され、実物の映像などはオフラインで取引されるのが一般的であった。その後、高速インターネット技術の発達により、短時間で大容量動画の送信・受信が可能となり、大衆歌謡のダウンロードやライブ公演などの中継、そして、映画やドラマ、アニメーションなどの大容量ファイルの配信も容易にできる時代が到来した。アニメーションやマンガ、大衆音楽などは国籍隠しや海賊版などの方法で比較的早くから大量消費が行われてきた経緯があり、少数のマニアを中心に一定のファン層を形成してきたが、ドラマジャンルは、容量の問題など、技術的な限界により、その消費は容易ではなかった。しかし、インターネット上の大容量のファイル転送が可能となり、各種ストリーミングサービスが実施され、ネット上で日本ドラマの鑑賞が可能となった[パク・ソヨン 2004: 209]。

過去、日本大衆文化を消費するマニアは、求めるものを入手するために、日本商品の流通地域まで辿り着く努力と、高い費用を払わなければならなかった。しかし、ネット上では日本ドラマ専門サイトだけでなく、一般のポータルサイトにも日本ドラマや映画が紹介され、インターネットを利用する不特定多数に提供され、日本ドラマの消費が日常にまで

入り込んできた。もちろん、このようなネット上の配信も著作権の侵害があり、ネット文化以前の海賊版と同様、非合法的な消費である事実には変わりがない。しかし、韓国社会全体が日本大衆文化に接する機会が急増し、加工されていない情報がほぼ同時的に入手できるようになったことは否めない。

一方、インターネットの利用で韓国の一般大衆が日本文化に対する情報収集力を備えたことは、韓国の大衆文化産業界にも大きな影響を与えた。解放後、韓国政府が日本との文化交流を規制してきた数十年間、韓国では様々な大衆文化ジャンルにおいて日本大衆文化の模倣・剽窃が行われてきた。ドラマや映画のストーリーや構成、大衆音楽のメロディー、漫画やアニメーションのキャラクターデザインまで、多くの文化産業関係者が日本のものを真似していたことが指摘されている。また、完成作の直接的剽窃だけでなく、韓国のテレビ放送用の番組を企画・編成するにおいても日本の番組がアイディアの提供源となってきたのも関連業界ではよく知られている〔ソン 2006 : 52-53〕公式輸入の禁止が、逆に韓国の文化生産者たちに日本の文化商品を剽窃・模倣し続けさせる結果を招いた。オリジナルに手が届かない⁽¹¹⁾韓国民は、「海賊版」とは異なる形で、日本の大衆文化の影響圏の中に置かれていた。

しかし、1990 年代に入ると、パソコンやインターネットが自由に使えることから「N 世代 (Net Generation)」とも呼ばれる、若い世代が新たな消費の主役として登場した。ネット上の情報収集と共有により、過去のような「国籍隠し」作業も通じない彼らの間で、韓国大衆文化における日本文化模倣に関する論争が起きた。この模倣論争に対し、金は、インターネットが非公式に存在してきた日本大衆文化の消費者にとって「模倣」や「混用」を見分け、それを告発したりもできる場として登場したと述べている〔金 2004 : 167〕。

かつて数十年にわたる日本大衆文化開放禁止の根拠の一つとして、国内産業の競争力の低下や、日本文化の影響により文化的に支配されるという不安があった。だが、皮肉なことに、長年の禁止政策の下で公然と行われた文化商品の模倣・剽窃作業により、韓国内の大衆文化界は独創性を弱め、大衆は日本大衆文化の影響圏内に置かれる結果を招いた。ネット上における 1990 年代の模倣・剽窃論争は、その深刻な日本文化への依存や国内産業の海外における競争力の低下を指摘していた。文化の消費者が先端の通信技術を自由に駆使し、情報の収集と交換、コンテンツの比較と分析が可能になってから、生産者側の立場も変わり、以前のような「原作者の隠し」や、「日本文化の写し」ができなくなった。

結果的に、インターネットによる日本大衆文化の消費の拡大は、韓国政府の閉鎖的な立場を変えさせた。一貫して閉鎖的な立場をとっていた韓国政府の対日文化政策は、1990 年代に入り、その方針に変化が起った。その変化の理由として、韓国の周辺状況を考慮した外交方針の転換、急速な経済成長、軍事政権の終焉と民主化の熱気など、当時の韓国社会に現れた多くの変化が挙げられる。それから、既出した 1994 年の孔魯明駐日韓国大使(当時)が正式開放の不可避論を披瀝したことや、『京郷新聞』のチェ・ノソク記者のコラムでみた正式開放への賛成論などの背景には、既に非合法的なルートを通じて韓国内に日本大

衆文化が流入している実情もあった。さらに、日本大衆文化の正式開放政策をめぐって多くのメディアや文化団体が行った世論調査によれば、日本大衆文化の開放に賛成する理由の一つとして、「既に日本文化が広範囲に流入されているため」という意見が挙げられていた [金 2002 : 25]。

1990 年代以降、インターネットの経済性と利便性による日本大衆文化の大量消費は、長年韓国政府が継続してきた禁止政策の意義をなくしたのである。

2.1.3 段階別公式開放とその以後の受容状況

日本文化は、韓国が日本の植民地から解放されてから 50 年以上、「倭色」文化と呼ばれ、排斥の対象として扱われてきた。だが、日本大衆文化の諸ジャンルがさまざまな非公式的（非合法的）経路を通じて韓国社会に広がっていた状況のなか、1998 年には、韓国政府によって日本大衆文化に対する公式開放が行われるようになった。

1998 年誕生した金大中政権は、過去の日本大衆文化に対する韓国政府の政策の方向を転換し、段階的開放を実施した。この段階的開放政策は、長い間日本大衆文化の公式開放へ反対する理論的根拠となった「支配的な国民の反日的情緒」や競争力の弱い「国内文化産業の保護論」を意識した結果で、一気に開放した場合に予想される、韓国社会におけるさまざまな摩擦を緩和するための時間的猶予を図った策であった [金 2010 : 79-81]。

下記の表 2.2 のとおり、1998 年 10 月の第 1 次開放から 1999 年 9 月の第 2 次開放、2000 年 6 月の第 3 次開放までは順調に行われた。第 1 次の開放は映画及びビデオに限られていたが第 2 次の開放では映画の追加開放に加え、公演、出版物の部門まで幅を広げた。第 3 次の開放では映画やビデオ、公演の開放を拡大し、放送番組やゲームなど、より多様なジャンルの開放が行われた。

ところが、2001 年に日本の歴史教科書問題をめぐる日韓間の摩擦が起きたことから、韓国政府は同年 7 月、日本大衆文化の追加開放を中断した。ただし、日本 SONY 社の家庭用ゲーム機であるプレイステーション 2 は、2002 年 2 月国内販売が許可された。一方、追加開放が中断された時期であるにもかかわらず、2002 年のサッカーワールドカップの共同開催のため、記念イベントを含み、多くの文化交流事業が行われた。開催を記して、大会公式音盤の 2 種を制作、発売を承認し、三つの収録曲に対する日本語唱歌を 2002 年 7 月末まで臨時許容することもあった。その後、2003 年 6 月には「日本の大衆文化開放を拡大し、日韓文化交流の活性化を図る」という内容で日韓首脳が合意し、韓国政府はふたたび追加開放の検討に入った。第 4 次開放においては、当初劇場用アニメーションとテレビ放送の完全開放が検討されていたが、韓国のアニメーション業界から「試作段階である国内産業の専門企画制作システムによる投資及び配給の状況が悪化される恐れがある」と危惧が出され [『デジタルタイムズ』2003 年 12 月 31 日付]、劇場用アニメーションの開放は 2006 年まで見送られ、テレビ放送の場合は、日本製の娯楽番組の開放が見送られる一方、ドラマジ

ジャンルは地上波以外、ケーブルテレビやインターネット配信などにおいては放送を許可する内容で調整し、2004 年 1 月に第 4 次開放が実施された。

分野	第 1 次開放 1998. 10. 20	第 2 次開放 1999. 9. 10	第 3 次開放 2000. 6. 27	第 4 次開放 2004. 1. 1	追加開放 2006. 1. 1
映画	世界国際映画祭（アカデミー、カンヌ、ベニス、ベルリン）受賞作	公認の国際映画祭受賞作、映像物等級委員会が認定する「全体観覧可」の映画	「18 歳以上観覧可」を除く全ての映画	「18 歳以上観覧可」と「制限上映可」を含む全面開放	
アニメーション	未開放	未開放	国際映画祭の受賞作品		全面開放
ビデオ	映画と連動して開放（国内上映作品）	映画と連動して開放（国内上映作品）	映画とアニメーションと連動して開放（国内上映作品）	映画とアニメーションと連動して開放（国内上映作品）	全面開放
公演	未開放	2,000 席以下の室内公演	室内外全面開放		
音盤	未開放	未開放	日本語歌唱以外の音盤	日本語歌唱を含む全面開放	
漫画	全面開放				
放送	未開放	未開放	スポーツ、ドキュメンタリー、報道番組、衛星放送やケーブルテレビでは国内上映映画	教養番組、映画の全面開放、大衆歌謡番組の一部開放、アニメーションの一部開放、衛星放送やケーブルテレビではドラマの一部開放	ミュージックビデオなど、地上波での一部制限を除き、ほぼ全面開放
ゲーム	未開放	未開放	ゲーム機用ビデオゲームを除く	ゲーム機用ビデオゲームを含む全面開放	

表 2.2 : 韓国における日本の大衆文化の段階別主要開放実態（文化体育観光部の報道資料をもとに作成）

4 回にわたる段階的開放の実施と、予定とおり 2006 年 1 月には劇場用アニメーションまでも開放されたことで、2010 年 3 月の時点では地上波におけるテレビ放送など一部のジャ

ジャンルを除いて、ほぼ全ての日本大衆文化ジャンルが公式的に開放されている。

金によれば、韓国政府の日本大衆文化に対する開放政策への転換には、いくつかの意義がある。まず、第一に、大衆文化開放が日韓の未来志向の関係づくりに寄与するという政治的観点。第二に、それまで政治外交あるいは「歴史」に帰属していた「文化」の分離を段階的に試みた「脱歴史的意味」。第三に、「反日感情」、「文化的副作用」、「国内文化産業の保護」という、従来の禁止政策継続の正統性を支えてきた基盤が事実上失われたか、あるいは段階的にその正統性を破棄するという意思への表明。そして最後に、日本に対してのみ適用されていた文化制限政策を他の国と同様に実定法レベルでのアプローチに変える、政策転換の意味を持つという [金 2010 : 79]。

韓国政府は 1965 年の当時、冷戦秩序のなかで国家安保を守るための戦略的提携や、(朝鮮)戦後韓国社会の経済成長のための資金と技術導入の必要性が優先視され、国交正常化を通して日韓協力体系を結んだ。だが、少なくとも国家再建において比較的優先順位が低いと見なされた「文化面 (大衆文化)」においては、実定法などによる制度的根拠が整備されてなかったにもかかわらず、開放を拒絶することで日韓間の歴史問題による「反日情緒」という支配的世論を慰めてきた。しかし、1998 年の公式開放措置は、もはや韓国政府の対日文化政策が反日情緒に縛られることなく、対日関係を普通の国家間の関係として見出そうとする姿勢を示すものである。そしてこのような転換の背景には、韓国社会の主役を演じる世代が、戦後の反日教育を受けてきた既成世代から、歴史と文化を分離してボーダレス感覚で日本文化を楽しむ世代へと替わりはじめた、文化の「脱歴史化」が行われている当時の状況が反映されていたのである [小針 2004 : 30-31]。

一方、日本大衆文化のほぼ全面的な開放が行われても、韓国内で当初憂慮したほど大きな影響はなかった。まず、段階別開放といった制限が時間的猶予の意味を持ち、日本大衆文化の韓国流入量を調整し、衝撃を緩和させる機能を遂行した。そして、前述したように、日本大衆文化の「国籍隠し」や海賊版の氾濫、模倣と剽窃の時期を経て、インターネット上の受容者層が増加した点も緩衝の役割となった。日本大衆文化の受容者層が公式開放以前に既に形成されていたため、開放以後に「文化的副作用」も目立たなく、元々日本からの影響が強かった漫画ジャンルや、近年村上ブームをはじめとする日本小説が人気を集めている出版書物などごく一部のジャンルを除けば、韓国の文化産業界に深刻な打撃もなかった。このような状況に関して、朴順愛は次のように語っている。

サイバー空間に関しては、段階的な開放に意味はない。既に日本大衆文化が公式に開放される前から、日本関連のサイト繁盛ぶりには、目を見張るものがある。日本大衆文化の開放は、青少年にとっては、自分達がすでに知っていることを情報収集能力が落ちる大人のために開放するということを意味しているに過ぎないのである [朴 2002a : 55]。

結果的に、インターネットによる日本文化の幅広い受容、つまり民間レベルでの消費が

増加したことが、政府の方針を公式開放政策に導いただけでなく、開放以後の緩衝の役割ともなっていたのである。むしろ日本大衆文化の公式開放と相まって、2004 年を前後として日本では韓流のブームが起こったことから、「国内産業保護論」はさらに意義を失った〔金 2010 : 81〕。

もちろん、日本における韓流現象が、韓国政府による日本大衆文化の公式開放政策の直接的な結果であるとは言いきれないが、日本大衆文化の公式開放と韓流現象の間に因果関係があるのは否めない。まず、日本をはじめ、海外における韓流現象においては、韓国大衆文化産業の質的向上がよく語られるが、長い間日本大衆文化の韓国内輸入を不許する理論的根拠の一つであった「国内産業保護論」は、公式開放による日本大衆文化の国内攻勢に備えるためにも韓国の大衆文化産業の水準を高める必要性を喚起させたのである。また、日本大衆文化の開放は韓国大衆文化の日本進出を用意にし、日本市場における韓国大衆文化の競争力を引き上げたと評価される〔ベ 2008 : 10〕。戦後長年の間、韓国のように相手国の大衆文化の公式輸入を禁止しなかった日本であるが、だとして韓国の大衆文化が日本に輸入され大衆的に消費されることもなかった。韓国の日本文化に対する閉鎖的な態度の転換が、日本の韓国文化に対する態度をも変わる契機を作ったのである。韓国文化観光政策研究院でも、2000 年代初め頃の日本における韓国映画ブームを、日韓間の相互文化開放の結果であると評価し、韓国の日本文化の受容が、日本の韓国文化の受容に対する雰囲気を作成した点を示唆する〔韓国文化観光研究院 2005b〕。

近年の日韓間の文化交流や大衆文化をめぐる議論の素材は主に韓流現象に焦点が当てられているように見られるが、日本大衆文化は引き続き韓国内で消費されつつあり、とくに、若者のサブカルチャーとして根を下ろしている。

繰り返しになるが、ドラマや映画、大衆音楽など、多くのジャンルが既にインターネットなどの非公式経路で広範に流入されていたから、公式開放の効果が少なかったし、未だにインターネット上の不法ダウンロードのなど、しばしば著作権の問題が起きることも事実である。だが、日本映画の韓国興行不振のなかでも宮崎駿監督の『ハウルの動く城』（2004 年韓国公開）が全国 310 万の観客を動員し、韓国内に多くの宮崎駿ファンを増やしたり〔韓国映画振興委員会 2007〕、日韓合作映画の製作などにより韓国のニュースで日本の芸能人の関連報道が頻繁に見られるようになったりし、日常からより多くの人々が日本の大衆文化に接するようになっている。

また、近年には日本の作家村上春樹の人气がひきがねとなり、韓国内で日本文学の人气が目立つ。2006 年と 2007 年における韓国内出版市場（小説部門）での日本文学の販売部数の占有率はそれぞれ 24.5%、27.7%を占め、韓国小説のそれぞれ 27.3%、31%とさほど差がない〔呉 2010 : 102-103〕。村上春樹をはじめ、吉本ばななや奥田英朗、江国香織、辻仁成らの 5 人の日本人作家の作品だけで、年間販売部数トップ 100 のうち、2006 年には 19 冊、2007 年には 23 冊、2008 年には 18 冊を占めるほど、日本文学の韓国内人气が高い〔呉 2010 : 104〕。

日本における韓流現象の同様、韓国における日本文学のブームのような、これらの日本大衆文化の幅広い受容も、韓国人が持つ対日認識の向上に対して肯定的な効果が期待されることもある [呉 2010 : 116 ほか]。だが、韓国社会の支配的な反日情緒をはじめ、日韓両国間の感情の対立を完全に解消することは、歴史問題の壁が未解決のまま残っている以上難しい。韓国における日本の大衆文化の公式開放過程の前例から見られるとおり、自然発生的な民間レベルにおける文化交流の蓄積が、政府の政策決定に影響を及ぼしたことは肯定的に評価できるが、2001 年の日韓間における政治摩擦の時、日本大衆文化の公式開放が中断されたように、日韓の文化交流が政治摩擦により断絶される恐れは常に存在する。

もちろん、韓国における日本の大衆文化の公式開放への転換は、未来志向的な新たな日韓関係へ貴重な一歩を進めさせた。日本の大衆文化の公式開放と時期を重ねて起きた「韓流」ブームが日本まで広がったことで、ようやく両国間の双方向文化交流が本格化した。こういった文化交流により、両国大衆文化の消費者が新たな日韓関係の担い手として相手国への好意的な世論を形成できるか注目に値する。

2.2 日本における韓国の大衆文化の受容

2.2.1 「韓流」以前における韓国の大衆文化の日本進出

韓国政府が 1998 年の公式開放を施行するまで日本大衆文化の韓国流入は原則的に禁止されていた。しかしそのような厳しい制限にもかかわらず、日本の大衆文化はさまざまな経路を通じて韓国社会に深く浸透していた。反面、政府の政策的制限はなかったが、韓国の大衆文化が日本の大衆に受容されることはまれであった。その背景には、まず韓国大衆文化コンテンツがまだ海外で売れるほどの十分な競争力を備えていなかった点や、当時の日韓間の政治的関係による韓国文化に対する意識的な敬遠、それから日本大衆文化の公式輸入を不許する韓国政府が日本進出においても懐疑的な立場をとっていたことなどが挙げられる。

過去、韓国文化の日本進出は一部のマニアを対象とし、小規模で行われる間欠的なものであった。そのなか、先に日本に紹介された韓国大衆文化のジャンルは映画や大衆歌謡部門であった。

梁仁實の説明によれば、韓国映画がはじめて日本に進出したのは 1960 年代のことである。1962 年の『春香伝』（シン・サンオク監督、韓国では 1961 年封切）を筆頭として、1966 年には『赤いマフラー』（シン・サンオク 1964）、『愛は国境を越えて』（キム・ギドク 1965）など、少数の韓国映画が日本に紹介されたことがあった。1972 年には岩波ホールにおいて韓国映画が上映されたことがあったが、あまり注目を集めることなく、1980 年に韓国文化院が池袋に事務所を移転し、定期的に韓国映画上映会を開催しはじめ、日本国内でも徐々に韓国映画を上映しようとする動きが広がった。

一方、テレビにも韓国映画が登場し、1982年にはTBSで『郭公も夜に鳴くのか』(ジョン・ジヌ 1980)、1983年にはNHKで『族譜』(イム・コンテク 1978)が上映された。1988年のソウル・オリンピックをきっかけに日本社会の韓国への関心が高まり、1990年代の半ばには韓国映画の輸入がさらに増えるが、1990年代末からは、韓国映画の輸入だけでなく日韓共同で取り組む企画の動きが増え、日韓合作映画が製作されるようになった。相互の資本投資や技術力の交流、スタッフの共同演出、俳優の共同出演による両国の共同作業によって、『家族シネマ』(パク・チョルス 1997)、『GO』(行定勲 2000)、『KT』(阪本順治 2001)、『RUN2U』(カン・ジョンス 2003)、『夜を賭けて』(金守珍 2003)、『力道山』(ソン・ヘソン 2004)などの合作映画の製作が続いた[深 2007: 141-144]。

このような状況のなか、日本で1999年に公開した韓国映画『8月のクリスマス』(ホ・ジンホ 1998)が少数のファンの間で良い評判を受けた[バンほか 2007: 95]。その翌年、2000年1月に韓国映画『シュリ』(カン・ジェギョ 1999)は日本全国150個劇場で同時公開し、140万人の観客動員、興行収入18億5千万円といった記録を達成した[深 2007: 137-138]。『シュリ』の成功によって韓国の映画が注目を受けるようになり、この年だけで総11編の韓国映画が日本で公開されるほど、『シュリ』は日本における韓国映画に対する認識を大きく変え、しばらく続いた韓国映画のブームを主導した[バンほか 2007: 95]。『シュリ』の後を継いで2000年の『ペパーミント・キャンディ』(イ・チュンドン 1999)、2001年の『共同警備区域 JSA』(パク・チャヌク 2000)、2003年の『猟奇的な彼女』(クァク・ジェヨン 2001)などの韓国映画が日本の劇場で公開され、観客動員に成功した[クオン 2010: 74]。

2001年の時点で既に韓国映画の日本向け輸出額は韓国映画総輸出額の過半数を占めるほどになっていたので、日本の韓流現象を牽引したのは映画ジャンルであったと言える。日本における韓流ブームのひきがねといえば、ドラマ『冬のソナタ』が浮かぶ人々が多いだろうが、韓流現象の始点は『シュリ』で代表される映画ジャンルを挙げる研究者が多い[深 2007; 佐々 2007 ほか]。

この時期、いわゆる386世代⁽¹²⁾監督の作品を中心とした韓国映画のブームは、既存の韓国映画マニアのほかにも、多くの日本人に韓国という国に対する関心を高めた。中国や台湾、東南アジアの一部国家では既に始まっていた「韓流」という用語もこの時期から少しずつ日本内に紹介されるようになったが、まだ韓国において日本社会が「韓流」市場という認識は少なかった。

一方、大衆歌謡においては、キム・ヨンジャ、ケ・ウンスク、チョウ・ヨンピルなど演歌歌手を中心に早くから日本に進出しはじめた。韓国でも国民歌手として地位を固めていたチョウ・ヨンピルの場合は、1987年から1990年まで4年連続でNHK紅白歌合戦に出場するほど高い人気を集めた。むしろ韓国より日本で人気が高かったと言えるキム・ヨンジャとケ・ウンスクも数回NHK紅白歌合戦に出演したことがある[バンほか 2007: 90]。しかし、彼らの場合は、プロダクションや音盤会社の間で行われるビジネスレベルというより、自ら日本市場を目指し、個人レベルで進出した結果であることから、産業的な波及力も大き

くはなかった [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 152]。また、これらの韓流ブーム以前に活動を行った歌手たちは、韓国大衆文化ジャンルというよりも、日本内で活動する外国人歌手として認識され、韓国のナショナリティーを想起させることまでは及ばなかったのである。

これらの演歌歌手の小規模の進出以後、長い間日韓間の大衆音楽の公式的交流はなかったが、1990 年代初めに起こった日本におけるアジアブームを受け、アジアの音楽を紹介する深夜番組『アジア N ビート』（フジ系、1994 年）や、雑誌『Pop Asia』の創刊（1995 年）などを経由して、韓国大衆文化への接近可能な「窓口」が徐々に広がっていった。

その後、韓国の歌手キム・ゴンモが 1995 年 12 月に東京のホテルでディナーショー形式のライブを行うなど、1990 年代半ばまでには、韓国歌手の小規模の日本内活動が見られる時期であるが、大衆的消費というよりは、少数の韓国マニア層をターゲットとしていた [平田 2007 : 41]。

レコード会社や企画会社レベルによる、比較的大規模の日本進出は 1990 年代末から 2000 年を前後として行われはじめた。その代表例として、日本市場で最も成功した韓国人歌手の一人である BoA は、2001 年 5 月シングルアルバムで日本デビューした。日本の韓流ブーム以前から、日本市場への進出を目指したプロデュースの結果である BoA の場合、韓流歌手としてのイメージは強くないが、日本内で高い認知度を確保し、韓流ブームを造成したと評価される。BoA の所属会社である SM エンタテインメントは日本のエイベックス (AVEX) との提携を結び、韓国での活動は SM エンタテインメントが、日本での音盤発売及びマネージメントはエイベックスが権利を持つという両社間の協議によって、BoA だけでなく、韓流ブーム以後も東方新起、少女時代など数多くの韓国出身の歌手たちを日本市場で成功的にデビューさせている [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 152]。

ドラマの場合、日本大衆文化が公式開放されていなかった時期の韓国のように、過去には一部少数マニアの間で韓国で録画されたビデオテープが販売・レンタルされていた時期もある。バン・ジョンベによれば、公式的に初めて日本に進出した韓国ドラマは、1990 年代前半に NHK 衛星チャンネルで放映された歴史劇の『文禄の乱』である。その後、福岡の地域民営放送 TVQ のトレンドドラマ『嫉妬』をはじめ、『華麗な休暇』、『パイロット』などが次々と放映された。これらのドラマは社会的な関心を集めるまでにはならなかったが、このいくつかのドラマが今日日韓文化交流の可能性を確認させた小さい火種となった [バンほか 2007 : 88]。

より本格的に日本市場に進出したのは 1990 年代半ばからのことである。この時期はまだ韓国市場において日本大衆文化が公式には開放されていなかったが、その開放への見込みと、1994 年の韓国政府による日本人観光客へのビザ免除措置、とくに 1996 年には 2002 年のサッカーワールドカップの日韓共同開催が決定され、日本における韓国に対する好感度が高まると、韓国の大衆文化の日本進出に肯定的な影響を与えた。また、日本の放送事情としても多チャンネル型 CS デジタル衛星放送が登場し、KNTV や K-ch など韓国語専門のチ

チャンネルが設けられ、ドラマはもちろん、音楽番組、娯楽番組、ニュース、ドキュメンタリーなどまで幅広いジャンルが放送されはじめた [バンほか 2007 : 89]。地上波では、2002 年にドラマ『イヴのすべて』がテレビ朝日の経由で放送され、地上波初登場の韓国ドラマとして意味をもつが、大きな注目は受けることなく、低調で放送終了した [韓国文化観光研究院 2005b : 7]。

だが、2002 年の 2 月に二夜連続放送された、日本の TBS と韓国の MBC による合作ドラマ『フレンズ』は注目に当たる。1980 年代から日韓両国の間で主にドキュメンタリー分野を中心に共同制作が行われてきたが、『フレンズ』はドラマ分野では初めての日韓共同制作で大衆的関心を集めた作品であり、第 1 部 14.1%、第 2 部 15.3%という比較的高い視聴率を上げた [金 2002 : 59]。このドラマで主人公役の俳優ウォン・ビンが日本で多くのファンを確保する契機となり、インターネット上の公式サイトには、2002 年 4 月 21 日までの接続件数が約 1,700 万件、当掲示板に掲載されたメッセージは 700 万件に至るほど、日本国内で大きな反響があったという [安 2008 : 199]。

続いて『ソナギー雨上がりの殺意』(韓国 MBC ; 日本 TBS 2002)、『星の音』(韓国 MBC ; 日本フジテレビ 2004)などが続いて共同制作された。これらのドラマは、視聴率は高くなかったが、やはり日韓の共同制作という文化横断的な作品として価値があると言える [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 71]。

そのうち 2003 年 4 月には、日本における韓流現象の代表的な作品であるドラマ『冬のソナタ』が NHK の BS2 で放送され、徐々に人の関心を集め、同年末の再放送を通じていっそう話題を呼び、翌年には主演俳優、ペ・ヨンジュンの来日を契機とし、日本社会は「韓流」ブームを迎えるようになる。

2.2.2 「冬ソナ」現象と日本における「韓流」ブーム

日本の韓流現象において、ドラマ『冬のソナタ』が持つ意味は大きい。直接的に韓流ブームを主導したのもこのドラマであり、その主演であるペ・ヨンジュンは韓流スターの代表的人物である。このドラマのファンダムに関わるさまざまなありようはメディアから「冬ソナ」現象と呼ばれながら、一種の社会現象として扱われ、2004 年の韓流ブームの当時には「韓流＝『冬のソナタ』」といった等式が成立していた。

毛利嘉孝の説明によれば、『冬のソナタ』は、韓国では公営放送である KBS を通じて 2002 年初に放映された。当時の視聴率は 23.1%で低くはないが飛びぬけて高いほどでもなかった。日本には 2003 年 4 月、BS 経由で初めて紹介され、このときの視聴率は 1.1%であった。しかし、衛星放送の BS としては比較的良好な反応を受けた。また、放送中に視聴者たちの間で口コミを通じて徐々に関心が盛り上がり、放送終了後には NHK に対して多くの問い合わせが殺到するなどの好評から、NHK では同年末から再放送することに決定し、同時に DVD のレンタルをも開始した [毛利 2004 : 20-21]。それから、2004 年 4 月にドラマの主演俳優で

あるペ・ヨンジュンが来日した時、空港には5,000人ものファンが集まったが、4月4日付のスポーツ報知や同日付の日刊スポーツなどの多くの日本のメディアを通じて前例のない規模で集まったファンたちの様子が報道され、一気に日本社会の注目を集めるようになった〔李知旻 2004：94〕。この後、NHKの地上波から再度放送されることになったが、『冬のソナタ』がもたらした過熱な盛り上がりは通常の「ドラマの人気」の範囲を超え、日本社会中に大きなブームを広げた。地上波での三度目の放送時には、平均視聴率が関東で14.4%（最終回20.6%）、関西で16.7%（最終回23.8%）を記録した〔毛利 2004：21〕。たしかに視聴率も高い数値ではあったが、その視聴率以上に、次々と現れる大きな波及効果がメディアの報道を通じて日本社会を驚かせた。

前述のとおり、ドラマ『冬のソナタ』がもたらす経済効果は、2004年12月の時点で韓国で1兆1906億ウォン、日本では1,225億円に達していたが、NHKの場合、2003年度連結決算は2002年度の減収減益から増収増益に転じていたが、受信料以外に35億円分の経常事業収入がドラマ『冬のソナタ』関連であった〔『読売新聞』2004年7月27日付〕。また、NHKグループが、2003年度から2005年度の3年間、『冬のソナタ』のDVDや関連書籍の売り上げで得た収入は約145億円である〔黄 2007a：118〕。

『冬のソナタ』の人気の中には主演のペ・ヨンジュンの存在感が大きかった。彼は、auの「グローバルパスポート」をはじめ、大正製薬の「オロナミンC」、ソニーの「ハンディカム」、ダイハツの「ミラ」、ロッテの「フラボノガム」と「マカダミアチョコレート」など、多数のCMに出演し、また様々な雑誌の表紙モデルとして起用された〔李知旻 2004：83〕。彼はアジア人の外国俳優としては初めて「～様」という呼称を獲得し、一般に「ヨン様」と呼ばれるようになった。李智旻の説明によれば、この「～様」という呼称は、日本においては、皇室関連の人物に対して敬称として使うか、歌舞伎界での人気人物に対する限られたファン—主に中長年女性層—が使う呼称であったという。杉良太郎の「杉様」のように、多少批判的要素を含む蔑称的な意味を持つ場合もあるが、ペ・ヨンジュンやその前のイギリス人サッカー選手、ベッカム様のような外国のスターに対しては、愛情と憧れ、ノブレスなイメージなどの良い意味を含んだ愛称となっているという〔李知旻 2004：84-85〕。

「ヨン様」の言動や、彼と関連する色々な逸話は連日日本の各種メディア上で記事化され、様々な話題を残した。たとえば、2004年の来日時に多くのファンの殺到したことをはじめ、渋谷公会堂での2千人枠の「ファンの集い」に6万件も応募があったこと、限定生産5,000個でヨン様をモデルとした29,800円のティディベアーぬいぐるみの1次販売分1,500個が販売開始6分間で完売したことや、1台あたり395万円-465万円もする車（フォード社のエクスプローラー）が「ヨン様が乗る車」という理由で2か月間で290台が販売されたことなど、さまざまなエピソードがメディアにより報道された〔李知旻 2004：102-103；ハム、ホ 2005：16〕。

一方、『冬のソナタ』の人気はほかの産業においても大きな波及効果を生み出した。もっ

ともその恩恵を受けた分野の一つが観光産業である。『冬のソナタ』の成功以後、ドラマ撮影地をめぐるさまざまな観光ツアーが企画され、この時期の韓国への観光客数が急増した。韓国側は2004年を「韓流観光の年」と指定し、当年3月には「Korean wave 2004」といったイベントを開催した。韓国観光公社の観光知識情報システムの出入国観光統計によれば、2003年に訪韓した日本人数は1,802,542名だったのが、2004年度は2,443,070名で大幅に増え、前年度比35.5%の成長率を見せた〔韓国観光公社HP 2011年11月21日アクセス〕。

観光だけでなく、韓流現象の影響はハングル学習のブームまで波及した。実は、日本社会における韓国語の位置は「韓流」現象以前から少しずつ変化してきた。日本の人気アイドルグループSMAPのメンバーである草彥剛が韓国語を話し、音声はすべて韓国語にした番組『チョナン・カン(筆者注：チョナンカンは草彥剛の漢字の韓国語発音)』（フジテレビ）が2001年4月から放送されたが、彼の出版した韓国語学習本がベストセラーなり、女性誌『an an』（マガジンハウス）でも数回にわたって韓国・韓国語特集を組むなど、「冬ソナ」現象の以前からも韓国語が日本社会の一部(主に女性)に身近になっていたのである。

しかし、一気にブームを起こすまでにはドラマ『冬のソナタ』からの影響が大きく、前述したように、2004年度のNHK教育テレビ『ハングル講座』のテキストの売り上げは約20万部と、外国語テキストの中では英語に次ぐ部数であり、それまで英語の次に発行部数が多かった中国語を大きく上回る数字であった〔小倉2005：68〕。

一方、『冬のソナタ』が日本社会全域の衆目を集めるようになった原因は、ドラマ自体よりも、ドラマを消費する受容者のありように起因していた。一般に『冬のソナタ』の主な視聴者は中高年層の女性であるとされているが、彼女たちは、ドラマの反復視聴や関連商品の購買だけでなく、ファンサイトなどの組織活動を通じて仲間同士と情報を交換し、韓国語の勉強を始め、撮影地をめぐる韓国旅行に出るなど、様々な消費行為や文化実践を行っていた〔毛利2004〕。このような「中高年女性ファン」の消費パターンに対し、一部メディアはミーハー的なまなざしを持っていたことも事実であり、また一部では日韓友好の「架け橋」の可能性を見出す場合もあった〔平田2007：35〕。いずれにせよ、ドラマ自体や主演俳優関連記事と共に、そのファンダム自体が一つの「現象」や「事件」として扱われ、しばらくの間、各種メディア上を占めるようになった。

このようにに経済的価値の議論を超え、社会現象となった『冬のソナタ』のありようは、メディア上の論評だけでなく、学術研究の分野においても様々な議論を起こした。今まで大衆文化の消費者としては疎外されていた中高年の女性層に対するファンダム研究の拡大、他者理解としての韓国に対する表象への考察、さらに韓国に対する眼差しの変化がもたらす日韓両国の友好増進に対する期待まで論じられるようになった。学術分野における語り手に関しては、大衆文化ジャンルという敷居の低さからより大きな接近が可能となり、ドラマから韓流、韓国、女性消費者、日本社会といった様々な表象へと繋がって、多くの議論を生み出した。『冬のソナタ』で代表される日本社会の「韓流」現象は、その独特なファンダムの形成があったからこそ、特別な位置を占めることができた。日本社会における韓

流は、単に韓国発の、韓国に関する問題ではなかった。日韓交流の観点を超え、日本社会の変化そのものとなり、日本社会を理解するための鏡となって、多くの研究者へ次々と課題を与えたのである。

韓流を代表するドラマとして『冬のソナタ』をめぐり一連の現象は、日本社会に確実に「韓流」ブームの渡来を認知させた。『冬のソナタ』の大ヒットの以後も、引き続き、他の韓国ドラマが日本の視聴者から大きく人気を得て、この時期の日本における韓国ドラマの商品価値は非常に高く、ビデオレンタル店などでも韓流コーナーが別に配置されるなど、韓国ドラマが大幅に占有率を上げるようになった。『冬のソナタ』に後づいて放映され、人気を集めた韓国ドラマは、『ホテルアー』（東京 MX テレビ；日本テレビほか）、『美しき日々』（NHK 衛星第二；CBC ほか）、『オールイン』（NHKBS2；NHK 総合ほか）、『天国の階段』（BS フジほか）など、数え切れない。

とくに、歴史劇である『チャングムの誓い』（NHKBS2；TBS——関東広域圏のみ；NHK 総合他）は、2004 年 10 月から 2005 年 10 月まで週一回、全 54 回が放送されて以来、視聴者からの強い要望により何回も再放送されたり、完全版が放送されたりしながら、『冬のソナタ』に次ぐ大ヒット作となった〔韓国文化観光研究院 2005b：15〕。当ドラマは中高年女性層を中心に人気を集めた『冬のソナタ』とは異なり、男性層や若年層にもアピールされ、韓流ファン層を拡大することに大きく貢献した。それから、『チャングムの誓い』の人気によって、多くの韓国歴史劇が輸入され、中年男性層を中心として歴史劇のブームが起こるようになった〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009：51〕。

映画界においても、韓流ブームの結果で、2004 年にはペ・ヨンジュンやイ・ビョンヒョンなど、韓流スターが出演した『スキャンダル』や『誰にでも秘密がある』、『ブラザーフッド』、『シルミド』などが封切られた。

以上のドラマや映画に出演した韓国俳優は日本で高い人気を博する韓流スターになれる機会が与えられ、多くの韓国芸能人が日本進出を求めるようになった。来日した多くの韓国芸能人が、ファンミーティングや各種イベントを行い、日本の CM やテレビ番組へ出演し、テレビ番組やニュースはもちろん、新聞や雑誌などメディア上で韓流関連記事は欠かせないテーマとなっていた。たとえば、週刊誌『AERA』（朝日新聞）は毎週話題の人物を表紙モデルとして起用するが、韓流の人気推移に合わせて韓国人表紙モデルの数が増えていた。2004 年には韓国人モデルが 5 回、2005 年にも俳優のソン・イェジンが表紙モデルとなり、2006 年には指揮者のジョン・ミョンフンが表紙モデルとなった。これは、韓国人の日本上の人気や関心が高くなった証拠である〔バンほか 2007：109〕。

このように、映画から始まり、ドラマで拍車をかけた韓流の人気は、放送コンテンツ、大衆音楽、ハングル、韓国観光、韓国の食べ物まで広がり、諸ジャンルに渡ってのブームを呼び起こしながら、2004 年と 2005 年にかけ、ピークに達した。

2.2.3 ブーム以後の韓流の展開

日本における韓流がもたらす莫大な経済的な収入、日本人の韓国観光ラッシュなど、期待以上の成果は韓国社会にも連日報道され、韓国社会の大衆文化に対する自負心を高揚した。韓流が全盛期を迎えていた時、韓国のメディアにおいて韓流をめぐるアジェンダは、主に「韓流の持続化」であり、政府機関や関連業界は日本市場を念頭に置いていた〔文化体育観光部 2004〕。

しかし、日本の韓流現象が順調に進んでいくなか、2005 年の半ばに、日本市場での韓流に対するひとつの反動現象も立ち現れる。山野車輪の『マンガ嫌韓流』（普遊舎 2005）に代表される、いわば「嫌韓流」の言説である。これは、直接「韓流」に対する批判というより、韓国政府や在日コリアンを含む韓国人全般に対する非難、ネット上における韓国側の日本関連コメントに対する反論などが主な内容を成している。『嫌韓』そのものは、90 年代の前半から『諸君！』（文藝春秋）や『SAPIO』（小学館）などの雑誌を通じて登場していて、インターネット上でも『マンガ嫌韓流』が出版される数年前から多くの書き込みを通じて流通されていた〔小針，曹 2007：166〕。だが、小倉の述べるように、日本社会における韓流ブームと同じ根拠として当時日韓両国のメディアの注目を受けるようになった〔小倉 2006：84〕。『マンガ嫌韓流』のほかにも、当時の韓流ブームの反動現象であるかのように、日本のネット上における韓国に関する議論や嫌韓テーマが次々と「活字化」され、多くの嫌韓関連の書物が出版されていた〔原尻 2006：17〕。

この嫌韓流の言説は、韓国社会で非常に敏感な反応を呼び起こした。とくに 2005 年には、小泉純一郎首相（当時）の靖国神社参拝問題をはじめ、日韓両国の外交的摩擦が多かったこともあり、メディアでも日本の嫌韓流が連日大きく捉えられ、日本の韓流展開に悪い影響を及ぼすことを懸念する声も高かった [『ハンギョレ』2005 年 10 月 26 日付]。

その後、嫌韓流に対抗する本⁽¹³⁾が韓国内で出版されるなど、様々な議論が進むなか、結局、嫌韓流自体も韓流の人気やブームに便乗した、韓流現象の一部として捉えられるようになり、翌年からは嫌韓流に対する人々の関心も薄れつつあった。

一方、嫌韓流の問題以外にも、2005 年後半から、韓流に対する否定的な状況が次々と現れるようになった。たとえば、日本の地上波放送局が 2005 年秋から改編を通じて韓流ドラマ編成時間帯を減らしたことや、日本の大学で外国語として韓国語を選択していた学生の数も 2005 年をピークに、その後少しずつ減少したことなど、日本発の韓流に関する報道には否定的な内容が多かった。2005 年 2 月には日本全国の 127 局の地上波放送局のうち、64 局に韓国ドラマが正規編成されていた。ところが、翌年の 2006 年 2 月には韓国ドラマが正規編成されている地上波放送局は 36 局まで減少した〔韓国コンテンツ振興院 2009：29〕。もっとも問題となったのは、2006 年にはドラマや映画など韓流の主力ジャンルの対日本輸出货量が大幅減少したことである。このことに関しては、後で詳しく扱うが、一連の否定的な状況が重なり、韓流の沈滞はいつそう可視化するようになった。

韓流ブームの当初から韓流現象の持続可否に疑問を持ち、予想外の成功を喜びながらも

他方では不安から抜け出すことができなかった韓国側では、メディアの報道を通じて韓流の「危機」に関する言説が頻繁に出され、極端なものでは「韓流が終焉を迎えた」と危惧する意見もあった [『韓国日報』, 2006 年 12 月 11 日付ほか]。日本における韓流の不振な状況に危機意識を感じた政府機関や関連業界では、流通構造の改善やマーケティング戦略の再検討など、日本市場における韓流産業の勢いを取り戻すための戦略とさまざまな努力が求められた [バンほか 2007 : 112-113 ; 文化体育観光部 2007]。

この時期の日本における韓流現象の不振と危機の実態については第 5 章で詳しく扱うが、2004 年や 2005 前半のようなブームの熱気はもはや見られなくなったのはたしかであった。しかし、そのような落ち着いた様子のなかでも、日本社会の韓流に対する消費や関心が消滅したわけではなく、日常にまで深く浸透し、広く共有され、着実に根を下ろしているように見られる [村上 2007 : 181]。

2000 年の『シュリ』の成功後、ドラマより先に日本社会の韓国大衆文化に対する関心を牽引した映画ジャンルは、韓流ブームが落ち着いた 2006 年から不振が続いた。社団法人外国映画輸入配給協会の外画概況国別一覧によれば、2005 年に日本で公開された韓国映画総計は 61 本で、153 本の米国に次ぐ占有率二位となっていて、23 本で 3 位となったフランスとの差は大きい。ところが、2006 年には 7 本が減って 54 本となってから減少が続いて 2009 年には 23 本まで減っていたのが、2010 年には 38 本と多少回復している [社団法人外国映画輸入配給協会 HP 2011 年 10 月 3 日アクセス]。

ドラマジャンルにおいては、2004 年の『冬のソナタ』、2005 年の『チャングムの誓い』ほどの話題作はそれ以来見られないが、『私の名前はキム・サムスン』(KNTV 2005 ほか)、『宮』(NHK CS Mnet 2006 ほか)、『花より男子~Boys Over Flowers』(NHK CS Mnet 2009 ほか)、『美男ですね』(フジテレビ 2010 ほか) などのドラマが次々とヒットし、20 代や 30 代などの若い女性層の間でも韓流ドラマの人气が広がるようになった [財団法人韓国文化産業国流財団 2011 : 31-32]。とくに、2010 年 1 月から韓流ドラマの編成を再開したフジテレビが「韓流 α」を通じて 7 月から 10 月まで放送した『美男ですね』は、若い世代の間で大きくヒットし、主演のチャン・グンソクは代表的な韓流スターとしての地位を確保した。

一方、ドラマ『美男ですね』の人气には、チャン・グンソクとともに出演した CNBLUE, FTISLAND などの K-Pop アーティストの人气も大きくはたらいしたが、2009 年以後、日本社会における韓流を牽引しているのは K-Pop と呼ばれる韓国の大衆音楽ジャンルである。

下記の図 2.3 のとおり、韓国の音楽産業の海外輸出額は、日本におけるブーム以後、2006 年に 1,666 万ドル、2007 年に 1,388 万ドルまで落ちるが、2008 年には小幅増加し、2009 年に 3,126 万ドルまで大きく伸びた。2010 年度にはさらに増加し、8,326 万ドルと、歴代最高値を更新した。これは日本輸出の増加がそのまま反映された結果であり、2009 年から大幅の増加率を見せている日本輸出額は、2010 年には前年度比 210.9%増加した 6,726 万ドルであり、全体輸出の 80.8%を占めている [韓国コンテンツ振興院 2012]。

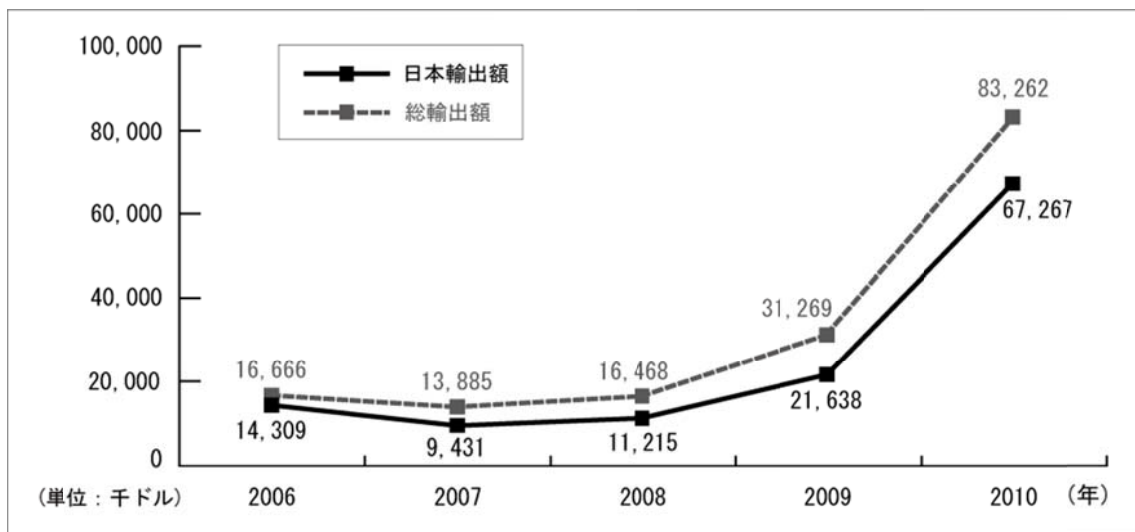


図 2.3：韓国の音楽産業の海外輸出総額及び日本輸出額の推移（韓国コンテンツ振興院の刊行資料をもとに作成）

この背景には、日本の AVEX グループとの提携で BoA を成功裡に日本に進出させた SM エンタテインメントの東方神起を中心に、BIG BANG, FTISLAND, 超新星, CNBLUE などの男性アイドルグループの人気に加え、最近デビュー元年に 13 億 470 万円の売り上げを記録し、2010 年度 K-Pop アーティスト音盤売り上げ一位となった KARA、当時 8 億 8 千 730 万円の売り上げて 2 位にランクされた少女時代、ほかにも T-ARA, 4Minute など女性アイドルグループの高い人気がある。これら若いアイドルたちの音盤販売、ライブコンサート、モバイルサービスなどの活躍により韓流音楽産業は近年大きな成長を果しているのである〔財団法人韓国文化産業交流財団 2011：89〕。

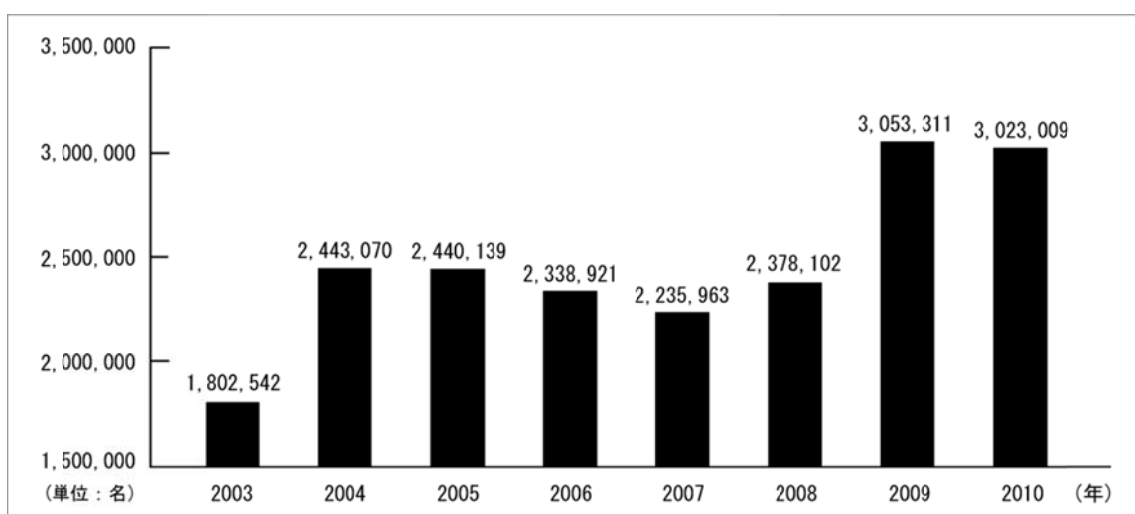


図 2.4：韓国を訪問した日本人数の推移（韓国観光公舎の観光知識情報システムの出入国観光統計の資料をもとに作成）

また、日本において韓流が勢いを取り戻した結果、韓国の観光産業も好況を迎えている。韓国観光公社の資料より、上記の図 2.4 を見れば、2003 年から 2004 年に大きく飛んだ訪韓日本人数は、その後大きな変化が見られなかったが、2009 年に 3,053,311 名で大幅増加している [韓国観光公社 HP 2011 年 11 月 21 日アクセス]。

もちろん、円高現象が続き、ほかに日韓の景気変動などさまざまな要因が複雑に作用することも考えられる。だが、訪韓した日本人数の増加が K-Pop ブームと時期がほぼ一致する点や、韓国内の K-Pop 歌手のコンサートには日本人ファンの姿が多く見られる点、また、日本内の新聞や放送などのメディア上でも常に韓流と連携した韓国観光プログラムを連日宣伝していることなどから、日本人の韓国訪問の増加と韓流現象の活気は深い関係があると推定される [財団法人韓国文化産業交流財団 2011 : 66]。

一方、2010 年 2 月には、異例的にも、民営放送である TBS の地上波で、水曜日午後 9 時という、いわば、「ゴールデンタイム」に韓国ドラマ『アイリス』が放送されることとなった [『読売新聞』, 2010 年 2 月 23 日付]。当記事では韓国のドラマが日本社会に完全に根を下ろしたと報じており、この記事は韓国にも伝えられ、日本における韓流が未だに健在であると受け入れられた [『韓国日報』 2010 年 2 月 25 日付]。

韓流現象が 1990 年代末中国や台湾からはじまり、2000 年を前後にして韓国社会に認知されても、発信側である韓国社会は韓流の今後の展望や持続可否について懐疑的な姿勢を示してきた。2004 年からの日本におけるブームは、そのような韓流に対する韓国人の姿勢を大幅に変える契機となったが、ブーム以後の日本における韓流の落ち着きは、ふたたび韓流の展望に対する否定的なまなざしをもたらした。その後、2009 年を前後とした K-Pop の人気を中心に、韓流コンテンツ消費が再び成長の勢いを取り戻した結果、韓流は「第二の全盛期」、「新韓流」と表現され、再び活気を戻している [『京郷新聞』 2010 年 10 月 25 日付ほか]。

ドラマや映画の主演俳優が主導していた 2004 年と 2005 年の韓流ブームとは違って、2009 年以後の日韓メディアが注目する第二の韓流ブームの主役は大衆音楽の関連分野である。韓国の文化体育観光部は 2010 年 12 月 1 日「2010 韓流フォーラム」において、最近 K-Pop で再点火された韓流の熱気を維持するため「新韓流振興事業及び拡大のための 4 大力点推進課題」を発表し、韓流の持続・発展に対する支援への意志を再確認した [『京郷新聞』 2010 年 12 月 2 日付]。また、財団法人韓国文化産業交流財団が韓流コンテンツに対する海外消費者の反応などをもとに韓流の現況を把握するために開発した「韓流指数⁽¹⁴⁾」によっても、2010 年基準でジャンル別では音楽ジャンルがもっとも高く、国家別では日本がもっとも高く算定されている [財団法人韓国文化産業交流財団 2011]。

近年では、その大衆音楽の主導で再び日本の韓流に火が付けられた結果、大衆文化商品の消費だけでなく、「ビビンパ」、「サムギョブサル」、「マッコリー」など、韓国飲食のブランド化や、韓国産化粧品、韓国製家電の需要増大、韓国語学習者の増加など、日常におけ

る韓流や韓国文化の浸透がうかがえる。

これまで日本における韓流現象が日韓両社会の注目を受けながらも、韓流の今後の持続可否について議論が続いていたが、なかなか結論が出されていなかった。一時期の不振を克服し、着実に日本での勢力圏を構築している韓流であるが、日本社会において完全に一つのサブカルチャーとして定着したと結論づけることはまだ早いかも知れない。外来の大衆文化の受け入れというのは、その生産側の力量や流通システムの変化だけでなく、受容側の好みや趣向の変化にも大きく左右され、予測がつかない。しかも、日本における韓流は文化や経済だけでなく、政治的側面も強く考慮しなければならないという特殊な状況に置かれている。日韓関係の政治的摩擦と葛藤は韓流の展開と持続にも強い影響を及ぼすと思われ、両国の政治関係の不安な状況によって韓流のような文化交流が常に断絶の危険性を持っていることを喚起させる。

第三章 韓国政府の韓流に関する政策の展開

1 はじめに

グローバル化が顕著となった近年の世界では、新たなメディアテクノロジーや多国籍企業の登場によって、文化交流面における世界国々の国境の壁が低くなってきた。アパデュライの語るところによれば、グローバル化の概念は国家の規制を超える資本や企業のマクロな動きであるだけでなく、人的移動の加速化やメディアコミュニケーション技術の発達によって統制ができなくなった人や商品、情報、イメージのミクロな連携まで念頭において、国家の枠組みでは捉えきれない、国境を越える文化の新たな流れを意味すると定義できる [Appadurai 1996 ; チャ訳 2004]。

このようなグローバル化を背景とした状況の下では、電波の無断受信や不法ダウンロード、海賊版のような著作権に反するさまざまな問題が常に提起されるものの、自由に海外の大衆文化に接することが出来て、以前のような国家レベルによる文化規制政策は意味をなくしている。たとえば、韓国は 1998 年までは日本の大衆文化の国内輸入を全面的に拒否していたが、1980 年代から既に、海外旅行の自由化にともなった個人レベルのハンドキャリーや、不法コピーなどによって日本大衆文化のマニア層が徐々に増えていった。その後も衛星放送の電波越境、1990 年代からのインターネット普及を通じて日本文化の消費が飛躍的に増えるようになっていた。結局、韓国内の日本文化の受容実態は政府の統制ができなくなったことが、韓国政府が日本の大衆文化に対する政策の方向を転換する決定的な要因の一つとなったのである。

毛利は、1990 年代に日本の大衆文化がアジア地域で流行ったとき、日本の政府や製作会社は海外流通に積極的な姿勢を示していなかったと述べる。その理由として、まず、歴史問題から起因するアジア地域の日本との葛藤関係があった点、次に、日本の国内市場が成熟していたため、アジアのほかの地域に出ていく必要性が感じられなかった点、そして最後に、著作権など商習慣と放送形式の相違からくる放送ルート確立の問題があった点を挙げている。毛利の言うとおりに日本大衆文化のブームを牽引したのは、国家政策や企業の戦略ではなく、日本のドラマやアニメのファンの存在であったのである [毛利 2011 : 24]。

近年に見られる越境する文化交流の活発な動きは国の枠組みを越える現象であり、もはや国の政策による完全なコントロールが利かなくなっていることを示唆する。したがって、東アジアにおける日本の大衆文化の流行も、韓流現象も、超国家的な文化交流として捉え、受容側の立場に焦点を当て眺める必要がある。

日本における韓流現象に関する言説のなかでは、「韓流は韓国政府による国策の産物である」としばしば語られる。この命題は、肯定的な観点と否定的な観点の両側で扱われることがある。日本では、韓流を韓国政府が自国の文化産業を集中育成した結果として評価し、文化産業に対する日本政府の支援を促す声もあるが、『マンガ嫌韓流』で代表される嫌韓流

の言説においては、韓流現象が日韓政府によって操作された陰謀であると語られることもある〔小針，渡邊 2007：167〕。いずれも韓流現象における韓国政府の介入を強調するもので、日韓友好論的な文脈でも、あるいは嫌韓流の言説においても、共通して見られるものである〔黄 2007a：111〕。

韓流現象の背景として韓国政府の文化産業に対する支援の努力が大きくはたらいのたしかである。近年の海外における韓国の大衆文化商品の輸出の増加は、「韓国の大衆文化商品が一定の質的向上を果たしたことを意味する」という点について異見が見られなく、いわば、「産業としての韓流」においては、韓国政府の支援を受けてから可能であった背景を考えると、国策の産物であると言えるかも知れない。

しかし他方では、国の枠組みでは制御ができなくなった、近年における文化の越境流動が示しているように、韓流現象は「国策」という一言で簡単に説明するには足りないところがある。韓流現象は中国や台湾からはじまって日本で全盛期を謳歌してから、今やアジア地域はもちろん、欧米やアフリカ、中東地域まで広がっている。この広範な文化の越境現象については、各々の受容国家における政治や経済、社会的文脈とグローバル化の進行状況、文化的特性や海外文化受容への態度など、さまざまな要素が考慮されなければならない。たとえ日本における韓流現象だけをもって分析を行うときも、韓国の大衆文化がその形成や発展の過程に日本の大衆文化からの影響を受けたことで韓流が日本大衆文化の延長線であるとか、現在の日本社会に対する不安と空虚が家族主義や儒教主義に対するノスタルジアを呼び起こしたとか、アジア的要素の身近さと西洋的要素の洗練さの調和であるなど、さまざまな議論が行われているが、実際にはテキストによってコンテキストも変わるものであり、一面的な分析では限界が見られる。

よって、少なくとも「現象としての韓流」は韓国政府の計画した国策の結果とはいえない。たとえば、韓国の韓流関連言説のなかで、初期の韓流は「偶然の現象」や「予測できなかった幸運」であったとしばしば表現される〔キム・スイ 2006：14〕。また、日本におけるブームの時期の当時も、発信側である韓国では日本の韓流に対する熱狂的な関心と、その波及効果に関する報道が、単なるメディアの誇張報道として卑下され、日本におけるブームの熱気があるのまゝ受け入れられなかったことは前章でも述べたとおりである〔木村 2007〕。

ところが、韓国政府の近年の韓流関連政策の流れは、「産業としての韓流」に対する支援の枠組みを超え、「現象としての韓流」を作り出し、維持や拡大、ときに制御しようとする傾向が強くなっているように思われる。以下では、そのような傾向に注意を払いながら、日本における韓流ブームを基点として、韓国の大衆文化産業とりわけ韓流に対する韓国政府の関連政策の方向性の変化を概観してみる。

2 文化産業に関する政策

2.1 文化産業に対する韓国政府の視座

1990 年代の脱冷戦、グローバル化の進展とともに、国際社会における「文化」の重要性がますます高まるようになった。1990 年代、ナイ（Joseph S. Nye）の「ソフト・パワー」が国際政治の場での国家競争力の重要な要素となるという考えが議論を起し、ハンチントン（Samuel P. Huntington）の著作である『文明の衝突：Clash of Civilizations and the Remaking of World Order』（1996）が脚光を浴びるなど、「文化」が 21 世紀を規定する新たな話頭となっていた。1990 年代末、日本大衆文化の公式開放を施行した金大中大統領（当時）が 21 世紀を「文化の世紀」と判断し、「文化産業」への戦略的育成の意志を表明したのも、このような国際秩序の動きを読み取った結果であったと言える。

ところで、「文化」の意味は多義的であり、「文化産業」の定義や範囲においても、時代的・空間的背景によって変化しつつある。『広辞苑：第六版』における「文化」の定義を見れば、「文徳で民を強化すること」の意味や、「世の中が開けて生活が便利になること」の意味のほかに、「人間が自然に手を加えて形成してきた物心両面の成果。衣食住をはじめ科学・技術・学問・芸術・道德・宗教・政治など生活形成の様式と内容とを含む」と定義する。その定義に加えて、「文明とほぼ同様に用いられることが多いが、西洋では人間の精神的な生活にかかわるものを文化と呼び、技術的発展のニュアンスが強い文明と区別する」とし、東洋と西洋の含義が多少異なる点を説明する[新村 2008]。また、ウィリアムス（Raymond Williams）は文化を、「知的・精神的・審美的な啓発の一般的な過程、人間や時代、集団の特定の生活様式、知的作品や芸術的な活動」の三つに分けて説明するが、同じ西洋においてもほかにさまざまな概念が存在しており、学者によってその定義や説明の仕方はさまざまである[Williams 2001；ソン訳]。

このように、「文化」自体の概念が単に学問的な研究の対象としてだけでなく、さまざまな社会現象を包括するものであり、その明確な定義を下すことは事実上できない。したがって、「文化産業」についても歴史的過程を通じてその含義が変化を繰り返し、現在も文化産業の概念に対する定義は統一されることなく、その概念の規定によって包括する範囲もまた異なる様相を見せる。

キム・チャンスによれば、「文化産業」という用語を初めて使ったのはホルクハイマー（M. Horkheimer）とアドルノー（T. Adorno）であり、彼らは『啓蒙の弁証法：Dialektik der Aufklärung』（1947）といった著作から、文化産業が消費者の欲求を作り出して、大衆を操ることも教育することもできると指摘し、文化産業が実際には大衆を欺いている状況を暴露したという。ここにおける「文化産業」とは大衆文化の現象を意味するが、大衆文化という用語が大衆自らから自発的に作り出される文化、または現代的な大衆芸術の形態として解釈されることがあるので、大衆文化という用語の使用を避け、批判的な時点を強調するために「文化産業」という用語を用いたという[キム・チャンス 2009：55-56]。このように、ホルクハイマーとアドルノーの場合は、大衆文化の弊害を指摘するために「文化産

業」という概念を用いたが、その後、文化産業の概念は、多くの学者によって批判的な立場や肯定的な観点を貫く多様な議論を繰り返しながら分析が行われるようになる。

一方、キムの説明によれば、文化産業の概念を早くから使った機関は UN 教育科学文化機構（UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization）であった。当機関は、1970 年代から 1980 年代初半にかけて、文化政策及び通信政策と関連した地域会議における大衆文化と文化産業の対する議論を通じて文化産業の価値側面の分析を行った。その結果をもとに 1982 年に UNESCO は、文化産業とは、一般に「ある企業が商業的な方式を通じて文化商品やそのサービスを生産・再生産・貯蔵または配布する活動で、文化の発展自体より経済的な目的のために大規模で行われるもの」と定義を下した [キム・チャンス 2009 : 58]。以上の UNESCO による定義では、文化産業では文化の側面より経済の側面が重要視されるという商業主義が強調されているが、この点は、文化産業の経済的機能を国家経済の発展に繋げようとした 1990 年代の韓国政府の文化産業への育成政策の趣旨と通じるものがある。だが、文化産業をめぐる研究や議論はいまだに進行中であり、その範囲や分類も時代と地域によってさまざまであるだけでなく、今後に変化する可能性をも持っていることを前提としなければならない。

戦後の韓国政府においては、長年間文化産業の全般を取り扱う制度的措置が無く、統制を目的とした個別分野における法律や政策は間欠的なものであった。韓国政府の文化産業に対する支援政策は、上記の UNESCO による文化産業への定義を参照し、1999 年の「文化産業振興基本法」を制定したことが契機となり、ようやく体系化するようになる。

「文化産業振興基本法」では「文化産業」を、「文化商品の開発・製作・生産・流通・消費などとこれらに関連するサービスを行う産業である」と定義しながら、「文化商品」は「文化的要素が具体化され、経済的付加価値を創出する有・無形の財貨のサービス及びこれらの複合体である」と規定している。その後、2002 年の改定では、当法に「文化コンテンツ」や「デジタル文化コンテンツ」の概念が追加される。韓国の文化体育観光部の定義を借りれば、コンテンツとは、「おおまかに符号・文字・音声・音響・映像などで表現される全ての資料もしくは知識及びこれらの集合物を入れる器（メディア）を前提とした内容物」を意味する。すると、「文化コンテンツ」は、文化的な要素が具体化したコンテンツとなるので、「デジタル文化コンテンツ」は「文化的要素が具体化され、経済的付加価値を創出するデジタルコンテンツ」を意味することになる。結果的に、デジタル文化コンテンツの収集・加工・開発・製作・生産・貯蔵・検索・流通などとこれらに関連したサービスを行う産業が「文化産業」に含まれるようになったのである [文化体育観光部 2002]。

「文化産業振興基本法」の適用を受ける文化産業のカテゴリーは、数回の改定を通じて変化・拡張してきた。当法の適用範疇には、1999 年 2 月の制定時に映画・ビデオ、音盤、ゲーム、出版（漫画を含む）・印刷・定期刊行物、放送映像物、文化財、キャラクター・アニメーション、デザイン（産業デザイン除外）、広告、公演・美術品・芸術品、デジタル文化コンテンツ、伝統衣装、伝統食品が含まれていたが、2006 年の 4 月の改定で出版物から

分離した漫画が加えられ、ほかにエドューテインメント⁽¹⁾、モバイル文化コンテンツ、マルチメディアコンテンツが加えられた。2009年2月の改定では使用者制作コンテンツが追加、2011年5月の改定では伝統食品が除かれ、代わりに伝統彫形物・装飾用品・生活用品、文化商品展示会、見本市場、祝祭が加えられた〔文化体育観光部 2012〕。

以上の「文化産業振興基本法」に明記されているように、韓国では一般に文化産業を意味する言葉として、「文化コンテンツ産業」という用語を用いる場合が多い。「コンテンツ」の概念は上述のとおりであり、「文化コンテンツ」とは、文化産業の領域のうち、主にデジタル技術と関連したものを指す言葉で 1990 年代から業界やメディア上で使われていたが、2001 年に韓国政府が発表した「コンテンツ 코리아ビジョン 21」のように政府政策や計画などにその名称が正式に登場してからは、デジタル時代を背景とし、一般に大衆文化の諸ジャンルを含む文化産業を示す言葉として通用されるようになる〔文化体育観光部 2004〕。

韓国で近年文化産業の意味で使われる「文化コンテンツ産業」は、日本では「コンテンツ産業 (Content industry)」, 米国では「メディア・エンタテインメント産業 (Media & Entertainment industry)」, イギリスでは「創作産業 (Creative industry)」, フランスでは一般に「文化産業 (Cultural industry)」などの用語で使われる。これらの用語は、その対象や中身の属性と範疇によって多少異なる観点を示しているような場合も見られるが、実際には国家別選好によって名称が変わっただけで、本質的な差異はあまりない〔キム・ギュチャン 2012 : 14〕。

一方、デジタル文化コンテンツを含む文化産業は、基本的に人のアイディアや創造力に左右される創造産業 (Creative Industry) であり、産業連関効果が大きく、いわば OSMU (One Source Multi Use) という「窓口効果」を持つ。窓口効果とは、文化産業の一つの領域から一つの商品として制作された後、部分的な技術の変化を通してほかの商品として活用が持続されながら、その価値が増大しつつある効果を意味する〔文化体育韓国部 2002〕。たとえば、人気漫画のテレビドラマ化やゲーム・キャラクターの小説化のように、一つの素材からほかのジャンルへと転移され、再生産されるのは、メディアの融合・複合現象の加速化に伴った近年の大衆文化産業の推移である。このような産業的な特徴によって、パク・ジェボクは、文化産業こそ保有資源が足りなく高学歴人材が多い韓国の実情に適合した産業であると評価し、韓国政府が文化産業を成功への潜在力の高い分野として認め、戦略的な支援の努力を惜しまなくなったと述べる〔パク 2005 : 64〕。

だが、文化産業に対しては、その名称のとおり、産業としての特性だけでなく、文化としての側面をも考慮しなければならない。キムの言うとおり、文化産業は文化的価値を創出するものであり、その地域的な特性や伝統、世界観などの文化的アイデンティティーを内包し、特定社会の価値観と密接な関連を持つ〔キム・チャンス 2009 : 59-60〕。したがって文化産業は、知的財産権や著作権のような関連法制の問題、社会的な多様性や文化的な違和感など、さまざまな問題がかかわってくるものであり、一般消費材を生産する製造業とは異なる特性を持つ。ところが、文化産業という名称には既に文化を経済的な価値を実

現する手段として判断する観点が染みこまれており、韓国の文化産業に対する政策は、文化的な領域の重要性についても言及してはいるものの、政策の具現においては経済的な効果にその焦点を当てている傾向が強かった [キム・チャンス 2009 : 72]。そもそも韓国の文化産業政策の観点によれば、創意性に基づいた文化的な要素も一つの商品として見なされ、商品の生産から流通、関連サービスの提供、最終的には消費段階に至るまで、全ての過程が国家政策の枠組みに入っていたことが分かる。近年に韓流現象をめぐって、「韓流は国策の産物である」というような議論は、このような韓国政府の文化政策への深い介入から出発したと言える。

2.2 規制から支援への転換

近年の韓流現象から見られるように、さまざまな韓国の大衆文化ジャンルが海外で消費されている状況は、韓流現象の初期には韓国人も信じなかったほど、韓国の大衆文化産業界の目覚ましい変化である。そもそも韓国の大衆文化産業界は、1990 年代に入るまでには自国で製作したコンテンツを海外に輸出するほどの力量を備えていなかった。むしろ映像文化コンテンツに関しては、国内の需要にも充当することができず、主に米国や香港などから外産のドラマや映画などを流入して放映する、一方的な文化流入国の立場であった。植民地支配から解放を迎えるやいなや戦争を経験せざるを得なかった韓国政府が文化産業に関心を示しはじめたのは 1960 年代初め頃のことであった。

戦後の国家再建を最優先の課題としていた韓国政府は、国家経済発展の一環として文化産業に関心を持って、1962 年に「映画法」を制定した。当法の趣旨は、「映画産業の育成発展を促進し、映画文化の質的向上を求め、民族芸術の振興に寄与する」といったものであった。当時の政府はこの法律の制定を通して大衆文化としての映画に産業的位置を与え、経済開発と産業化の目標の下、国威を向上させ、外貨を獲得するといった目標を強調した。だが、このような産業振興という政府の介入は、文化を国家レベルの統制の対象に入れる結果をもたらすものであった [チェ・ソンヘ 2011 : 20]。「映画法」のほかにも、「公演法」[1961]、「音盤に関する法律」[1967] など、この時期に制定された文化関連法は、文化産業界に対する政治的な統制の手段となっていた。1966 年には事前審議機構である「韓国芸術文化倫理委員会」が発足し、1968 年から歌謡音盤の歌詞と楽譜に対する事前承認制、1970 年からは映画の台本に対する事前審査制が導入されるなど、大衆文化分野に対する政府の統制は深化しつつあった。[キム・ギュチャン 2012 : 56]。これらの文化産業に関する諸法律は、前述したように、間接的に日本大衆文化の国内輸入や国内文化における日本的要素を規制するだけでなく、当時の軍事政権に対する反政府的要素を徹底的に阻止していったのである。

一方、1970 年代の韓国は、大衆文化の生産、流通、消費に必要な基盤を構築し、大衆文化の商品化の時代に突入した。また、この時期は、韓国の政府が国家政策の枠に文化を直

接的に取り上げはじめた時期でもあった。1972 年には「文化芸術振興法」が制定された。この法律は直接文化産業に関わるものではなかったが、文化芸術分野の振興を言及した初の法令としての意味を持つ。1973 年には「映画法」が改訂され、依然として「映画産業の育成発展を促進し、民族芸術の振興に寄与する」ことを目的としているとしながらも実際には映画の製作や輸出入を国家が統制するためのものであり、検閲に対する規定が多かったことから、振興政策としての意義はなかった [キム・ギュチャン 2012 : 57]。

当時の文化政策の核心趣旨は「主体的な民族文化の創達」であり、具体的な政策目標としては、「正しい民族史観の樹立」、「新しい民族芸術の創造」、「国民の文化水準の向上」、「文化韓国として国威の善揚」などであった [ヤン 2010 : 45]。だが、この時期の文化政策は文化芸術の発展を奨励するものというよりは、文化を通した民族主体性の確立を強調するという名目の下で軍事政権の政治イデオロギーの維持・強化のために文化産業を統制する性格を持っていた。よって、扇情的で反体制的要素があると判断される大衆文化は、事前審議や検閲などの制度的措置を通して徹底に規制されていたのである。

1980 年代に入っては、高度の経済成長や、1986 年のアジアン・ゲーム、1988 年のソウル・オリンピックなどの国際イベント開催を通じた国民の生活水準の向上を背景とし、若い世代が大衆文化の主な消費層として登場すると、大衆文化に対するニーズも高まるようになった。この時期には、民族文化の主体性確立といった既存の要旨に加えて、「文化芸術の創作振興」、「韓国文化の国際化」、「文化福祉」などの政策目標が新たに指定された。「著作権法」や「映画法」、「公演法」などの諸法律の内容のうち、規制と関連した一部条項が緩和・廃止された。また、1986 年に発表した「第 6 次経済社会発展 5 か年計画」の文化関連部門では、「国家発展の動力としての文化」に関する言及があって、国家競争力として文化産業の重要性が語られるようになった [ヤン 2010 : 45]。

1987 年に民主化を果たした韓国社会では、社会全般とともに文化面においても自由な雰囲気をもたらされ、文化産業をめぐる各種規制が緩和されていった。1991 年には規制を一貫していた「音盤に関する法律」が廃止され、代わりに、外国人投資と自律性が付与された「音盤及びビデオ物に関する法律」が制定されるなど、脱規制の雰囲気が徐々に形成されていった。

そのうち、韓国政府の文化産業に対する諸政策の方向性に大きな転換が現れるのは、1990 年代半ばのことであった。1993 年に発足した金泳三政権は自らの政府を「文民政府」と称し、過去 30 年間続いてきた軍事政権の終焉を告げた。当政権は文化産業を付加価値の高い育成対象として判断し、振興策を模索しながら、長く続いてきた文化産業に対する厳しい規制をも緩和し、文化産業における表現の自由が大幅に確保されるようになった。

当政権の振興策として、1993 年 7 月に発表した「新しい文化・体育・青少年振興 5 か年計画」のうち、文化の分野に該当する「文化創達 5 か年計画 (1993-1997)」は、先進文化福祉国家への進入を目標とした文化政策であり、その理念には文化福祉と文化産業が強調されていた [キム・チャンス 2009 : 75]。また、1994 年には、文化部の傘下に文化産業局

が新設され、文化産業の支援を担当するようになった。

一方この年、金泳三大統領が参席した国家科学技術自問会議では、ハリウッド映画『ジュラシック・パーク』が1年間稼いだ受益8億5千万ドルが、韓国産の自動車150万台の輸出受益と同じであるという報告があった[チェ・ソンヘ 2011:22]。このことを契機とし、韓国の政府機関、言論、企業などにおける文化産業の重要性への認識が高まるようになった。貿易の自由化に伴い、海外から差し迫る市場開放の圧力のなか、韓国政府は外国産の映画やテレビドラマなどの輸入に対して緩和を行っているうち、同時期には少しずつ韓国産の大衆文化商品が海外へ進出するようになった。

1995年の世界化推進委員会が報告した「文化産業の発展方案」では、文化産業の世界化のために、まず、文化産業に対する認識と政策の転換の強調、次に文化産業の発展基盤の構築、そして映像産業の戦略的な先導といった三つの基本方向を設定した。さらに、その基本方向にしたがって、映像産業の国際競争力の強化、漫画産業の発展基盤の構築、出版産業の体質改善、音盤産業の世界進出の拡大、専門人力の養成、そして文化商品の開発といった6個領域の政策課題を提示した[キム・チャンス 2009:76-77]。1997年の「文化ビジョン2000」計画では、新たな文化のパラダイムとして、「多様性と統合性の文化」、「豊かな生と民主主義的な文化」、「文化産業と産業の文化化」、「統一志向の民族文化」、「文化の世界化と文化的普遍性」を提示し、その政策課題としては、「創造的な人間のための文化教育」、「文化芸術の創作に対する支援の拡大」、「文化産業の育成と産業の文化化」、「地域文化の活性化」、「統一を志向する民族文化の確立」、「韓国文化の世界化」を提案した[キム・チャンス 2009:77-78]。

以上の金泳三政権における一連の文化産業に関する政策は、文化産業の重要性を認識していたが、ほとんどの関連政策がその理念や方向における宣言的な意味にとどまっており、実現のための具体的な政策や関連プログラムの執行までには連携されなかった点で、多くの批判を受けている[ク 1999 ほか]。ただし、統制や規制から自律、支援へと、文化（産業）政策の方向性が変化したのは、この時期の大きな転換点として認めなければならない。規制緩和や独占資本の自律性が許容される雰囲気の中、サムスンやLG、現代などの大企業が以前の家電やハードウェア製造のみならず映像ソフト産業に参加する意思を示しはじめ、東亜、斗山、JINROなどの企業も映画産業やケーブルテレビに進出しはじめた[『東亜日報』1994年12月20日]。政府機関だけでなく、大手企業においても、大衆文化に対する産業的価値・経済的価値への認識が高まったのも、1990年代の文化産業の地位における大きな変化の様相の一つであった。

2.3 文化開放と国内産業に対する支援の本格化

海外における国々の文化越境とグローバル化の概念の台頭、国家競争力における文化の重要性の増大など、世界の潮流にしたがって、金大中政権の時期からは、文化産業に対す

る支援政策が本格化した。

そのひきがねとなったのは1997年のIMF金融危機であった。1990年代半ばから文化産業に参加したサムスンやSKなど、多くの企業が金融危機を迎えると、負債償還のために構造調整を行う必要性によって文化産業から引き上げざるを得ない状況となった[『シネ 21』2005年7月14日号]。産業界における大企業の引き上げによって市場全体に萎縮的な雰囲気が広まると、文化の危機状況の下では文化産業を「市場の論理」だけに任せてはいけないという主張が出てくるようになった[チェ・ソンヘ 2011: 23]。

また、外来文化の流入に対する警戒意識も、国内文化産業への支援を求める要因の一つとなった。1998年の経済協力開発機構(OECD: Organization for Economic Cooperation and Development)の多者間投資協定に対する(MAI: Multilateral Agreement on Investment)協商のときに、既に文化活動に対する投資が国際協商の対象となっていた。このような背景から、外国資本が韓国内に入って文化商品を製作することによる文化衝撃に対する危惧の声が高まった[カン 1998: 52]。

とくに警戒の対象となった外来文化は、日本の大衆文化の存在であった。日本の大衆文化の公式開放によって、競争力の高い日本大衆文化が韓国内に公式に流入されて韓国の国内産業界が打撃を受けることを危惧し、段階的開放により時間的猶予を稼ぐ政策を取ったことは、前章で述べたとおりである。長年の排斥と警戒の対象であった日本大衆文化をはじめ、さまざまな外来文化の韓国内流入が現実化されると、市場蚕食によって国内産業の基盤が崩れるといった不安だけでなく、韓国人の文化的価値観に影響を及ぼし、韓国の文化的アイデンティティを維持することが困難になるといった警戒意識が強くはたらき、国内文化産業の競争力を強化する必要性が台頭したのである。

一方、文化産業の経済的価値も経済危機を契機として注目を浴びるようになった。韓国政府の傘下機関で、産業、貿易、技術に関する情報の収集及び調査、研究を行う産業研究院(KIET: Korea Institute for Industrial Economics and Technology)が発表した報告書では、「文化知識に関する産業の育成に15兆3千億ウォンを投資する場合、1年のうち32万箇所前後の職場が創出できるので、実業問題と産業構造の調整といった二つの目標が同時に解決できる」という分析があり、文化産業への政策的支援の根拠をいっそう後押しした[カン 1998: 57]。

結局、IMF金融危機を前後として文化産業に対する支援の重要性がより浮き彫りにされ、金融危機の以後、経済回生を図るとともに、公式開放後の日本大衆文化との競争に備える必要性から、金大中政権は発足時から文化産業を国家基幹産業として認識し、戦略的育成への意志を表明した。発足元年に発表した「新たな文化政策」では、「支援は行い、規制はしない」という趣旨を文化行政の原則とし、文化の力で経済の高付加価値の創出及び第二の建国、文化が社会の中心価値となる21世紀の知識情報社会の追求、文化主義を通じた成熟な文化市民社会や民族共同体の基盤の形成、韓国文化のアイデンティティの確立と普遍的な世界主義を追求する開かれた文化の具現といった、さまざまな政策方向を提示した[キ

ム・チャンス 2009 : 80]。

だが何より、韓国政府の文化産業への支援策の体系化は、文化産業の育成のための法的・制度的根拠となる、1999 年 2 月の「文化産業振興基本法」の制定からはじまる。「文化産業振興基本法」については前述したとおりであるが、当法は文化産業関連制度の基礎法律となり、ほかにも、同年「映画振興法」などの関連法規を整備しはじめ、1999 年 3 月には「文化産業発展 5 か年計画」が、2000 年 2 月には「文化産業 5 か年計画」を補完した「文化産業ビジョン 21」が、また同年 3 月には映画産業の育成を目指した「映画産業振興総合計画」が発表される。

とくに、「文化産業発展 5 か年計画」と「文化産業ビジョン 21」では、文化産業の育成の重要性を強調し、支援分野を映像産業、ゲーム産業、音楽産業、出版産業、文化商品の五つの分野に分け、それぞれの育成政策を提示した。2001 年 6 月には「コンテンツ 코리아 ビジョン 21」が発表された。これは、「文化産業発展 5 か年計画」と「文化産業ビジョン 21」での文化産業への支援政策をもとに、文化コンテンツ産業のみを中心とする政策として補完されたものである [文化体育観光部 2002]。

これらの関連法規や計画により、韓国の文化コンテンツの海外進出を促すための国際広報支援、国際映画祭など多様な国際イベントの開催、文化産業への投資や融資及び制作支援を目的とした文化産業振興基金や映画振興金庫の設置など、韓国政府は文化観光部（現文化体育観光部）やその傘下・関連機関などの主導で文化産業に対する具体的な支援政策が行われた。たとえば、2000 年 12 月には文化コンテンツの開発・育成及び文化産業分野への総合支援機構として文化産業支援センターが設立された。その後、当機構は 2001 年 8 月に韓国文化コンテンツ振興院（現韓国コンテンツ振興院）で改編され、文化コンテンツ産業の総括支援を行っている [韓国コンテンツ振興院 HP 2012 年 1 月 30 日アクセス]。

以上の金大中政権の文化政策に関しても、文化産業の経済価値を重視したため文化政策の全体予算が主に文化産業分野に偏重された点やその産業分野間にも不均等な支援が行われた点、文化芸術分野との連携の問題、政策執行における衡平性の欠如などに対する指摘が存在し、その評価においてもさまざまな意見が交錯する。だが、金泳三政権の文化産業政策では、さまざまな政策の方向と法案が提示されたにもかかわらず、具体的な後続措置がなく空虚な宣言にとどまっていた反面、この時期では実質的な文化産業政策の定立が成された点で、金大中政権期は韓国の文化産業政策の形成と展開において重要な位置を占めると言える [キム・チャンス 2009 : 83]。

2000 年代の初め頃には、中国や台湾を中心として韓国の大衆文化が若い世代の間で人気を集め、「韓流」現象という名称で現地のメディアから紹介されはじめていた。だが、当時の文化産業に対する支援政策は韓国の大衆文化の全般を対象とする支援であった。もちろん、韓国の文化産業の質的・量的発展があつてこそ韓国の文化商品の海外競争力が向上されて韓流現象が起きたことを考えれば、一連の支援政策が韓流現象につながっていることは否定できないが、まだ政策の取り組みに「韓流」という用語が直接登場することはあま

りなかった。後述するが、韓国政府が「韓流」に対する直接的支援を本格的に表明するのは2001年半ばからのことであり、韓国政府が既に中国や台湾で巻き起こった韓流現象に目を向けていたのは事実であろうが、まだ当初の韓流はあくまで予測してなかった海外の一時的な現象という認識が強かったのであろう。

いずれにせよ、21世紀を文化の時代として認知し、政府のレベルで「文化強国」を目指して関連産業への戦略的育成を行った結果、韓国の文化産業界は一定の成果を上げることができた。たとえば映画部門をみても、軍事政権下の支援や奨励を名目に行った厳しい事前検閲などの規制が1996年から撤廃され、表現の自由が大幅に確保されて以来、人材育成をはじめ、映画振興基金を助成して1999年から2003年までの間に国庫1,700億ウォンの補助金を支出するなど、さまざまな支援策を行った結果、制作本数が増えただけでなく、一本あたりの平均制作費用が大幅増大し、ハリウッドのブロックバスター級までは及ばないが、いわば国内大作と呼ばれる作品も頻繁に出され、観客数も増えるようになった〔黄2007a: 111〕。2000年代初めの頃の日本やヨーロッパにおける韓国映画のブームの背景にはこのような事情があり、このような動きが続いて韓流ブームにまで繋がったと言える。

結局、韓流は国策の産物であるという言説は、現象としての「韓流」には当てはまらないように思われるが、少なくとも産業としての「韓流」の基底に韓国政府の国を上げた支援策がはたらいていることは否めない。

3 韓流に関する支援策

3.1 韓流の持続と拡張に対する政策

本格的に韓流が韓国政府の政策的取り組みのなかでその存在感を示すようになるのは、韓流現象が少し進行した後のことである。韓国政府が「韓流」に対する直接的支援を本格的に表明するのは2001年半ばからのことであり、文化産業における海外輸出の増加は韓国政府の諸支援策の成果として認められ、関連機関が中国や台湾から巻き起こった韓流現象を注視していたことは当然であるものの、韓流初期においては、韓流現象は「一時の流行現象であるかも知れない」という危惧があった。

韓流現象が中国や台湾からベトナムをはじめとする東南アジアにまで影響圏を拡大しながら、大衆文化商品の輸出による直接的利益だけでなく、韓国企業の広告との連携を通して該当製品の輸出増大にまでつながる間接的効果を上げると、その高付加価値性が認められるようになった。ベトナムで韓国企業LGの化粧品ブランドが韓流の人気を背負って高い市場占有率（2000年度色調化粧品部門2位、基礎化粧品部門3位）を確保したことはその実例である〔『韓国日報』2000年6月20日付〕。韓流という言葉が受容国家のメディア上で認知度を高めていく間、韓国政府も徐々に韓流を対象とした関連政策を備える必要を感じるようになった。

それから 2001 年の半ばからは、韓国政府が直接「韓流」産業の支援と名づけて集中育成への意思を語ることが見られるようになる。2001 年 8 月、韓国の文化芸術及びコンテンツ産業を主管する文化体育観光部は、長期的で未来志向的な文化交流と市場接近の側面から、当時中国などを中心として進行中であった韓流現象を持続・拡張する計画があると発表した。関連報告書を通して、当部署は当時韓流を牽引していた放送映像物、大衆歌謡、舞台公演を先導分野とし、映画とゲームは今後市場開放状況によって支援を拡大すると見込み、キャラクターやファッションの隣接文化産業の分野と連携して発展させる計画があると明示した。具体的には、韓流公演の現地進出計画の信頼性を高める制度的装置として「アジア文化交流協議会」の構成・運営や、海外市場に対する情報分析及び関連業界への情報提供のために韓国コンテンツ振興院の海外事務所の設置、そして北京や上海など海外の主要拠点に韓国の大衆文化を紹介する「韓流体験館」の設置などに関する計画を発表し、韓流の国際競争力の強化のための支援を拡大することを表明した。また、ソウル市内の観光客密集地域には「韓流メッカ」を調整し、観光客に韓流関連の展示や体験サービスを提供して韓流関連産業のシナジー効果を高める同時に、観光産業への発展をとともに図ることを提示した。ほかに韓流の受容国家との共同イベントを行い、相手国の文化週間イベントを開催する計画や、関連業界と協力して現地の人力を発掘する趣旨の「アジア文化アカデミー」の運営、文化コンテンツ分野の長期・短期研修事業を通して関連分野の人的交流の拡大を進める方針をも発表した〔文化体育観光部 2002〕。

ほかに、韓流の持続と拡大という趣旨の下、韓国政府は文化体育観光部や傘下機関を中心に、地方自治団体、民間機関などと連携して、予算と人力を支援しながら、各種の韓流に関連する分野の支援を行い続け、韓流のインフラを強化し、経済的受益の創出を図ろうとした。「韓流産学コンプレックス」の造成、「韓流文化コンテンツ博覧会」の開催、「江原韓流文化コンテンツの開発」など、「サービス輸出の拠点貿易館」の運営などのような、初期の韓流支援政策は、韓流の経済的付加価値への着目が作用し、その志向は主に経済関連分野に集中していた〔文化体育観光部 2004〕。

結果的には韓流に対する韓国政府の期待どおり、韓流の経済効果は徐々に増大していった。当時、韓流の主な輸出ジャンルであった放送番組、映画、音楽を対象とした 2001 年の韓国の文化コンテンツ商品の輸出額は 2 億 1 千 992 万ドルで、2003 年の輸出額は 2 億 3 千 3 万ドルと、若干伸びていた〔イ・ジンヨン 2006 : 39〕。全体輸出額から見ればあまり増加していないが、このうち韓流受容国家（中国、台湾、日本、香港、シンガポール、ベトナム）への輸出比重は 2001 年の 24.1%から、2003 年には 41.3%まで増加していることから、該当国家では韓流現象の影響が大きくはたらいたことが分かる。

このような状況が反映され、2003 年 12 月韓国政府は、「世界 5 大文化産業強国実現『参与政府』の文化産業政策ビジョン」を発表した。この発表で文化観光部長官は 21 世紀を、文化産業が個人と国家の運命を決める「コンテンツの世紀」として規定し、創造的な高級専門人力の養成、文化産業技術の体系的開発・活用のための文化産業技術研究所の運営、

コンテンツ創作基盤の強化を目的とした事前製作支援センターの設立、芸術・産業共同プロジェクトなど純粋芸術と産業間の連携の強化、文化産業への振興基金融資及び投資組合の運営方式の改善、地域別均衡発展のための 10 箇所の地域に特化文化産業クラスターの造成、アジア文化産業のネットワークの構築、文化産業の輸出総合支援センターの運営を通じた海外マーケティングの強化など、「世界 5 大文化産業強国」に進入するための主要政策の推進課題を提示した。

韓国の文化体育観光部が編纂した「2003 年文化政策白書」では、2003 年度の文化産業の主要成果として韓流に対する支援政策を取りあげ、韓流による大衆文化産業の海外輸出の増加が国内文化産業を成長させるだけでなく、文化国家としての国家イメージの向上や、韓国企業ブランドの価値を引き上げ、製造業や観光事業など、関連産業への間接的効果をも上げていると評価している。また韓流の持続と拡張のための政策方向については、文化交流の拡大と文化産業界の協力体制の強化を提示し、政府と業界、民間団体の有機的な役割分担を通して韓国文化産業の海外進出の積極支援を表明している〔文化体育観光部 2004〕。

この時期に韓流の主な市場は中国と台湾、香港などの、中国語圏の国家であり、まだ日本においては韓流現象が本格化していなかった。その翌年の 2004 年に、ドラマ『冬のソナタ』がひきがねとなり、日本にも韓流ブームが到来すると、韓流現象は全盛期を迎える。日本の韓流ブームの以後、ドラマを含む放送番組ジャンルや映画ジャンルなど、韓流の主力ジャンルの海外輸出が大きく増え、国内の産業界にも活気をもたらした。「2005 年文化産業白書」によれば、2003 年度の放送番組ジャンルの海外輸出額は 4,213 万ドルで 2004 年には 7,146 万ドルまで伸びた。映画ジャンルも 3,097 万ドルから 5,828 万ドルまで 2 倍近く輸出額が増加した。放送番組ジャンルの場合は日本市場の占有率が全体の 5 割を超え、さらに映画ジャンルは 7 割を超えるほど、日本市場における韓流現象の影響が大きかったことがうかがえる〔文化体育観光部 2006a〕。

また日本の韓流ブームは、ドラマや映画、大衆音楽の輸出による直接的販売受益だけでなく、さまざまな関連分野に波及し、日韓両国に多くの経済的効果をもたらした。韓流ブームによって好況を迎えた観光産業をはじめ、「ヨン様」現象がもたらす莫大な経済効果が政府機関や経済研究所などで分析され、文化産業部門における韓流の直・間接的経済価値が大きな注目を集めるようになった。それから、政府の関連政策や産業界のマーケティング戦略、学術研究、メディアの報道、一般大衆の関心など、さまざまな韓流言説において変化が現れるようになる。

日本の韓流ブームがもたらした莫大な経済効果によって、韓流の経済価値はさらなる評価を受け、韓流は文化産業としての高い位相を確保した。文化体育観光部は、韓流が大衆文化産業はもちろん、電子、自動車、IT など多くの産業のブランド価値の上昇に拡大され、利益を創出していると評価する一方、日本の日本経済新聞が「韓流」を 2004 年のヒット商品 1 位と評価したことや、日本の第一生命経済研究所が「ヨン様」による日韓両国の経済効果を約 2,300 億円と評価したことなどを紹介し、今後も韓流が日韓間の文化交流、友好

イベントなどを通じて持続・拡大することを期待していた〔文化体育観光部 2006a〕。

韓流に対する政府の関心はその後さらに増え、2005 年には国務総理室から「韓流の持続的な拡張のための対策会議」を開催し、韓流の産業としての枠を超え、汎政府次元で韓流文化の世界化目標を設定した。「2005 年文化産業白書」の発刊序文では、2005 年度は韓流拡張とフランクフルト国際図書展主賓国行事の開催成功で、韓国文化産業の世界化を促進したと評価している。また、同年 7 月文化体育観光部が「文化強国 2010」戦略を発表しながら、その重要課題として、「国際水準の文化産業市場の育成」、「文化産業流通構造の革新」、「著作権産業活性化の基盤構築」、「韓流世界化を通じた国家ブランド・パワーの強化」を設定したと紹介している。これらの重要課題とは、市場開拓や国内外流通ネットワークの整備、海外進出の支援という点で、事実上全てが韓流にかかわる事業であり、「著作権産業活性化の基盤構築」の推進目標については、当報告書でも「韓流熱風により韓国が著作権輸入国家から著作権輸出国家に変化した状況によって政策の転換が必要である」と明示している。これらの政策は韓流の経済的価値の創出を前提として構想されたものであるが、「韓流の世界化を通じた国家ブランド・パワーの強化」という直接「韓流」と明記した関連政策では、韓国の経済規模に対して国家イメージは相対的に評価されていない点を指摘し、韓流の拡張とともに韓国文化を世界に知らせ、文化大国としての韓国の国家イメージを引き上げるという趣旨を明らかにしている〔文化体育観光部 2006a〕。日本における韓流ブーム以後、従来の文化受信国から文化発信国へ立場が転換しているように認識していた韓国では、国家イメージに対する関心が高まっていたのである。

IMF 金融危機とともに発足した金大中政権は、政策的基調において市場経済活性化に重点を置き、文化政策においても文化芸術よりは経済価値の高い文化産業に対する戦略的育成に偏重する傾向を示した。その後を継いだ盧武鉉政権も、海外における韓流現象の可視化のなか、文化政策においては以前の政権の基調を補完しながら、経済的価値の効用を強調し、海外進出を強化する政策方向を取っていた。とりわけ、韓流初期の持続化と拡張政策では、もっぱら韓流産業自体を存続させ、付加価値創出により国内文化産業界を成長させることを目指す傾向が強かったと言える。だが、日本の韓流ブーム以後、韓流の拡張政策において、韓国の文化アイデンティティーを世界に知らせることの意義が浮き彫りにされ、韓流を韓国の国際地位を向上させる手段として認識する議論が強調されるようになる。

3.2 韓流と「国家ブランド」政策

日本における韓流ブーム以後強調されはじめた、韓国の韓流に対するナショナルな取り組みの大きな潮流の一つが、韓流を活用した「国家ブランド」政策である。

まず、ブランド (Brand) とは、一般に銘柄、商標などの辞書的意味を持つ。アメリカ・マーケティング協会 (AMA: American Marketing Association) のホームページで資料室の辞書機能を見れば、ブランド (Brand) について、企業などが販売・提供する財貨やサー

ビスを特定し、これらの競業、ほかの財貨やサービスから差別する意図で作られた名称・用語・サイン・シンボル・デザインまたはこれらの組合を意味すると、定義が下されている [AMA HP 2011 年 10 月 2 日アクセス]。よって、「ブランド・イメージ」とは、消費者が特定企業のブランドに対する感情や信念のように、製品自体に対する感情が製品に関する多様な情報要素と結ばれて形成された消費者の心理的構造体系であり、これは「特定ブランドが消費者の感覚を通して受け入れられ解釈される意味」とまとめられる [李 2009:34]。それから、国家ブランド・イメージとは、「管理の対象として、輸出振興、投資誘致、観光促進のような国家的マーケティング観点から再活性化する課程で形成される認識と態度の総合であり、ある国家自体に対する消費者の感情が該当国家と関連し、さまざまな情報の直・間接要素と結ばれて形成される消費者の心理的構造体系であり、消費者の感覚を通して受け入れられて解釈される意味」として定義できる [李 2009:40]。

国家ブランド・イメージは、ブランド・イメージの概念を国家レベルに適用したものである。一般に国家ブランドは無形の価値を持っており、国家ブランド、国家ブランド・イメージ、そして国家イメージは、同等の意味を持つものとして混用されてきた場合もある [ソン 2011:13]。一角では、国家イメージは、国家または国民に対する人々の多様な情報をもとに形成される一般的な認識を意味するものとし、国家ブランドとは、国家イメージをマーケティングの観点から活性化する過程における認識や態度の総合を意味するとして、両者を区分する場合もあるが [キム・ユギョン 2007]、韓国における国家ブランド（イメージ）をめぐる議論の展開では、両者の区分は不分明である。

一方、韓国の文化体育観光部傘下の国家ブランド経営研究所によれば、強力な国家ブランドの構築は、政治的レベルでは国家の対外的な地位を引き上げて外国との交流活動を円滑にし、経済的レベルでは自国製品の競争力を強化して該当企業の製品とブランド価値をも向上し、社会・文化的レベルでは国民の結束を求め、社会の統合及び葛藤の解除に寄与して先進的な文化環境を造成すると評価し、国家ブランド・イメージの管理の必要性を強調する [国家ブランド経営研究所 2003]。

近年、世界の国々は自国の国家ブランド・イメージを強化することで自国企業のイメージを向上させ、結果的に自国産製品の販売を促進し、付加価値を高める、一種の間接的な支援を行っている。1995 年に発足した WTO (World Trade Organization) 規定によって、国家間の貿易障壁が撤廃され、個別産業や企業に対する直接支援及び保護政策が緩和されるようになった。その結果、近年では、国々の自国産業に対する支援方式が過去の直接支援から間接支援に転換するようになり、国家ブランド・イメージの強化による間接支援の必要性がますます増大している [大韓貿易投資振興公社 HP 2011 年 11 月 24 日アクセス]。

韓国の国家ブランドにかかわる事業の歴史は、1948 年 11 月 4 日大統領令第 15 号に依拠し、国務総理直属の公報処が 1 室 4 局（秘書室、公報局、出版局、統計局、放送局）に新設される時点まで遡るが、当時の活動は、国家広報とはいっても、反共意識の鼓吹や政府の利益の対弁が主な目的であった。実際に韓国の国家イメージをめぐる議論が活性化した

のは 1990 年代のことであり、それから政府が国家ブランド事業に本格的に関わりはじめたのは 2002 年のサッカーワールドカップの開催が契機となったと言える〔国家ブランド経営研究所 2003：67〕。

2001 年 12 月の「2002 ワールドカップ・アジア大会準備状況合同報告会」では、翌年開催予定のサッカーワールドカップ大会に備え、「Dynamic Korea」を国家ブランドの英文スローガンとして確定した。それまで「静かな朝の国 (Morning Calm)」といった、受動的で静的なイメージを一新し、IMF の金融危機を克服した力動の国、ワールドカップを通じて噴出する熱情の国、ハイテクが満ちた IT 強国のイメージを海外に知らせるという趣旨のものであった〔ジ 2011：28〕。それから、2002 年 7 月には国務総理の傘下に「国家イメージ提高委員会」が設置され、さまざまな課題をもって韓国の国家イメージの開発に取り組んだが、あまり目立つ成果を上げることはなかった。しかし、日本における韓流ブームを基点として、韓国政府の国家ブランド化事業は、韓流現象と連携して、いっそう活発に行われはじめた。海外における韓流現象が、韓国の企業ブランド・イメージに影響を及ぼして韓国製品の購買意図に直接・間接的影響を及ぼすだけでなく、国家ブランド・イメージにも大きな影響を及ぼすというさまざまな研究結果は、国家ブランド化事業と韓流を結びつく根拠となった〔李 2009：25〕。日本で韓流ブームが最中であった 2005 年 2 月には、国家イメージ委員会の民間諮問機構として「国家イメージ開発委員会」を置いて、多様な階層の民間専門家を委嘱して国家イメージを上げるための政策樹立や制度改善に関する諮問を求めることを趣旨とした。また、文化体育観光部は、2005 年の文化政策の主要基調の一環として、韓流の世界化を通じて韓国の国家ブランドを強化するという趣旨を明らかにした〔文化体育観光部 2006a〕。

韓流による国家ブランド強化政策は、言葉とおりに、海外における韓流現象を活用して韓国の国際的認知度を高め、韓国企業のイメージを引き上げることを目的とする。文化産業輸出の直接的受益だけでなく韓国消費材の輸出増加にもつながる韓流の経済的な波及効果に着目し、韓流のイメージを企業ブランドと連携し、いわば韓流マーケティングを韓国企業の海外進出に活用することは日本の韓流ブーム以前の時点においてもしばしば語られていた。だが、新自由主義的観点に基づき、文化産業をほかの消費材産業の成長動力として活かす戦略は、韓流初期においての、いくつかの成功事例を除けば、期待どおりの成果をあげることができなかった。2005 年 2 月に大韓商公会議所が発表した研究報告書「韓流熱風の実態と企業の戦略的活用方案」によれば、2001 年から 2004 年の間、直接的な文化産業の輸出面においては韓流の効果が認められるが、消費材輸出の増加などの間接的に韓流の効果はまだ微々たる水準にとどまっていると報告されている〔大韓商公会議所 2005〕。

ところが、2004 年の韓流ブーム以後は、ドラマ『冬のソナタ』をはじめ、日本でヒットしたさまざまな文化コンテンツ商品の輸出効果だけでなく、観光や車、化粧品など、一般消費材の輸出にも波及効果が認められ、企業のブランド及び主力商品に対するイメージ改善のために、韓流と連携した文化マーケティングを積極的に活用すべきだと提言する声

が高くなる。企業はもちろん政府レベルでも文化の力に関心を持ち、「Brand Initiative」を目指した知的戦略を行使することが世界的な流れであると認識し、韓流を企業ブランドさらには国家ブランドを引き上げるマーケティング戦略として活用しようとする動きが、日本の韓流ブーム以後、韓国の韓流政策のなかで本格化していたのである。

一方、サムスン経済研究所が 2005 年発表した研究報告では、2005 年大韓貿易投資振興公社 (KOTRA : Korea Trade-Investment Promotion Corporation) が日本人バイヤーを対象として大阪で実施した設問調査において、「韓流の影響により韓国に対する好感度が上昇した」との応答率が 78.9%を占めたとし、日本観光客の訪韓件数の増加、韓流ブーム以後 NHK ハングル講座の人気などを提示しながら、韓流が海外における韓国の国家イメージを肯定的に変化させていると診断している [サムスン経済研究所 2005]。韓国政府の韓流政策もこれらの状況に応じるように、韓流を持続化し、国家イメージの強化につなげるという趣旨で、2005 年文化体育観光部など関連部署で「韓流支援団」を構成した。また同年、民間諮問機構である「韓流政策諮問委員会」を設置し、韓流を活用して国家イメージを引き上げるための法案を企画すると明示した。ほかに、国政広報署でも、韓流スターを国家広報大使と格上し、韓流を国家広報に活用するために企業の海外広報ネットワークと国家の広報ラインを連携した官民協力体制を構築した。これらの政策は、「国家のブランド価値が高まると自然に韓国文化商品の輸出増加につながる」という論理によるものであったが、韓流ブームに便乗し、韓国の国際的地位を引き上げようとする意図をも含んでいた。ドラマ『冬のソナタ』や「ペ・ヨンジュン」の人気から続く韓国籍の芸能人に対する日本人ファンの熱狂などは、過去の日韓関係の様相を覆す出来事であり、韓流によって韓国・韓国人の国際的地位を引き上げるという欲望をますます増加させたのである。

このように、文化産業とりわけ韓流と国家ブランド化を連携する政策は、文化観光事業や先端の技術製品を海外に知らせるなど、産業への間接支援としての活用ではなく、徐々に韓国の国際的地位を引き上げ、国民のナショナル・プライドを高めること自体の比重が大きくなっていく傾向を見せていった。日本における韓流が示した対韓認識の変化から自信をもたらして、国家ブランド化のもっとも有効な手段としての地位を獲得した韓流は、よりナショナルな枠組みに入れ込まれていったのである。

その後も韓国政府の国家ブランド政策は、順調に展開しつつあり、2007 年には「Dynamic Korea」の下位概念としての観光ブランド「Korea, Sparkling」というスローガンが追加された。以後 2009 年 1 月には大統領直属機関として、「国家ブランド委員会」が正式に発足して文化観光と先端技術製品など国家競争力の高い製品を海外に広報して韓国のブランド価値を引き上げる事業を展開している [ジ 2011]。国家ブランド委員会の力点分野の一つである、「文化資産の価値拡大」事業では、世界と共感できる韓国の文化コンテンツを制作するために、韓国文化が保有している伝統的・普遍的価値を再解釈し、世界に拡大することを政策目標としている。そのような伝統文化コンテンツを韓流と連携して世界に拡大する「ブランド化」するのが、「ハンススタイル」政策である。

3.3 韓流と「ハンススタイル」政策

近年、文化体育観光部をはじめ、文化産業を担当する機関の政策や業務における主な対象は、一般に大衆文化の諸ジャンルを含む、文化コンテンツ産業となっているが、韓国固有の伝統文化や高級芸術は外来文化の流入に抵抗し、韓国の文化アイデンティティを守る役割を演じるものとして、ナショナルな枠組みのなかで重要な位置を占めている。

日本における韓流ブームが最中であった 2005 年、韓国政府は、韓国文化の世界化に韓流を積極的に活用・連携するという趣旨を持って、文化体育観光部の主導の下に韓国の伝統文化をブランド化する「韓ブランド」政策の実行方法を発表した。伝統文化をブランド化して国家イメージを引き上げるという「韓ブランド」の政策目標は、前述の韓流の「国家ブランド」政策につながるものであり、伝統文化の分野別代表ブランドを育成して、韓流及び観光事業と連携を図るものである〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009：288-289〕。

それから 2007 年、「韓ブランド」政策は、内容と趣旨はそのままとし、世論の意見を受け、名称を「ハンススタイル」と交替した。ここでの「ハン」というのは、韓流の「韓」と同じく、韓国の「韓」を韓国語で発音したものであり、つまり「韓国式」という意味を持ち、広い意味の「韓流」とつながる。つまり「ハンススタイル」政策は、韓流のブランド価値に着目し、韓流と国家ブランド政策を連携して韓国の伝統文化コンテンツを韓流の範疇に入れ、「ブランド化」する趣旨である。

実は、自国の伝統文化を保存・広報する趣旨の政策は韓流現象の以前から存在したもので、韓国政府は 1996 年 12 月に韓国伝統文化の広報戦略である「韓国文化 C. I. (Corporate Identity)」を発表したことがある。発表の当時、フランス、イギリス、日本、台湾、シンガポールなどの世界諸国は自国の国家イメージが国家競争力の強化の主な要因であることを認識し、自国の国家イメージ向上に多くの努力を注いでいたが、韓国の場合、国家イメージに対する認識の不足で、既存の否定的な国家イメージが韓国企業の輸出競争力と世界化において大きな障害要因として作用するとの反省があった。したがって韓国政府は、外国人の韓国文化に対する認識基盤の拡大とともに、韓国の肯定的なイメージを作り出すという趣旨で、「韓服、ハングル、キムチとブルコギ、仏国寺と石窟庵、テコンド、高麗人参、タルチュム⁽²⁾、宗廟祭礼楽⁽³⁾、雪岳山、世界的な芸術人⁽⁴⁾」の 10 つの項目を対象とし、世界への広報に力を入れてきた。しかし、この広報戦略の主な事業は、主に関連広報の内容を宣伝ポスターや紹介冊子、広報用 CD や DVD などの媒体で制作し、国際イベントや官公署、ホテル、観光案内所などに配置、配布する水準にとどまっていた〔文化体育観光部 2005：270-271〕。

だが、「ハンススタイル」政策の場合は、「ハングル、韓食（主に韓国の伝統料理）、韓服、韓紙、韓屋（韓国古来の伝統建築）、韓楽（伝統音楽）」といった、韓国固有の文化のうち、6 つの分野を伝統文化コンテンツとして選定し、これらの発展及び世界進出のために政府レ

ベルで中長期支援計画を用意したものである[財団法人韓国文化産業交流財団 2009:241]。

文化体育観光部の報告によれば、本政策の推進目標として、2005年度の基準で7兆2千億ウォンであった上記6個分野の伝統文化コンテンツの市場規模を、2010年には13兆9千億ウォンまで増大すると設定している。[文化体育観光部 2006b]。そして、その推進業務として、各分野別フォーラムを開催し、協議会の構成及び運営、博覧会開催、保存及び研究支援、関連部署間の支援体系構築、関連人力及び支援施設のインフラ構築など、さまざまな政策体系が具体化されていた。たとえば、ハンススタイルの政策対象の一つである韓食の場合、文化体育観光部の以下、農林水産食品部や農水産物流通公舎、韓国観光公社、国家情報院などの関係部署が連携し、「韓国飲食世界化推進委員会」を構成して予算構成や研究開発を行い、広報関連や人力関連の政策、飲食店の調査や選定まで、具体的な下位政策や細部戦略を用意している[財団法人韓国文化産業交流財団 2009:255]。韓流現象を契機として十分な国際競争力を備えたと評価される大衆文化ジャンル—主にドラマ、映画、大衆歌謡などに比べ、相対的に注目を受けることがなく、徐々にその基盤を失っていく伝統文化ジャンルを韓国の代表ブランドを設定して集中育成しながら、韓流や観光産業と連携して相互利益を図るものである。つまり、過去の政策のような単純な海外への広報が目的ではなく、汎政府次元の支援体系を構築して関連分野を集中育成するものであった。

一方、そのネーミングからも分かるように、「ハンススタイル」政策は韓流の延長であり、別の意味では韓流の範囲を既存の大衆文化ジャンルの中心から韓国の伝統文化まで拡大する試みでもあった。財団法人韓国文化産業交流財団は、「ハンススタイル」の目標は、「経済成長の時期、西欧文物の流入により注目されなかった伝統文化を再発見し、優秀な文化コンテンツの市場進出を支援し、韓流を韓国文化全般に拡大する」ものであると示している[財団法人韓国文化産業交流財団 2010:241]。

実際に、日本の韓流ブーム以後、マスコミやメディアでは、国内外の大衆の関心を引く目的で海外における全ての韓国関連の品物や活動などに韓流と名づけて表現する傾向が強まっていった。このありようについては後で詳しく述べるが、上記の「ハンススタイル」に含まれる食べ物やハングルをはじめ、スポーツ競技や家電製品、お酒の海外市場進出などに対しても韓流という用語を用いて宣伝する報道が多く見られるようになる。このような傾向は単純にメディアで見られる過剰な広報戦略であるだけでなく、国が主導する文化政策のレベルにおいても同様に見られるものであった。

韓流の範囲については、研究者により観点の差が存在し、また韓流現象の展開によって変化・拡張してきたが、財団法人韓国文化産業交流財団の説明によれば、「大衆文化や純粋芸術と連携する全ての商品及びサービス、つまり韓流商品の購買、観光、関連からつながる全ての行動」として想定されている。それから、当機関が発刊した韓流総書では、日本でも大きく人気を集めたドラマ『チャングムの誓い』の主演女優イ・ヨンエが、大阪で行った、ある媒体とのインタビューの中で、オミジャ茶を好んで飲むと答えたことを契機に次の日から大阪市内のオミジャ茶の品切れ現象が起き、韓国のオミジャ茶輸出増加の原因

となったことを紹介している。その後、当機関は、この逸話の紹介を通じて、大衆文化からはじまる韓流の影響力が韓国の文化全般や韓国人の生活様式を世界に紹介できる可能性を持っており、このような可能性を認知して国策化したものが「ハンススタイル」であると明示している〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009：240〕。

韓流の範囲を韓国文化全般に拡大する一連の動きを具体化したものである「ハンススタイル」政策は、韓流の「国家ブランド化」事業とその細部政策と対象においては異なる部分もあるが、国家を対象としている点や日本における韓流ブーム以後、韓流の政治的効果を積極活用しようとする点では共通する要素を持っている。

韓流を「持続化」させ、伝統文化の領域まで拡張した「ハンススタイル」政策を「国家ブランド」の強化に連携しようとする韓国政府は、2006年1月の国務会議で、韓流が国家ブランド価値を引き上げる主要な手段として位置し、「APEC 頂上会談」、「ASEAN+3 頂上会談」、「日本愛知 EXPO」など、重要な国際イベントの品格を高めたと評価しながら、既存の中国や日本のような東アジア地域を中心勢力圏としていた韓流現象をアジアを越え世界中に発信する「韓流の世界化」政策を推し進めると発表した〔文化体育観光部 2006a〕。

韓流をブランド化し、文化強国として韓国の国家イメージを世界に広げようとする、一連の政策の続きは、日本におけるブーム以後、韓流が経済や政治の両面において、ナショナルな枠組みの言説のなかで確固たる位置を獲得したことを意味する。

4 国家競争力と韓流政策

4.1 日本の韓流現象と文化産業に対する政策

韓流現象を眺める日本社会においては、韓流現象が韓国の政府政策によるものであるという、いわば「韓流国策説」が、韓流を肯定する言説においても、警戒、あるいは嫌う言説においても、説得力を得ている〔黄 2007a：132〕。一方、韓国の韓流をめぐる言説においては、海外における韓流現象は政府の計画ではなく、民間部門つまり業界における偶然の成功であるとしばしば語られるが〔文化体育観光部 2004：248〕、結果的に、近年の韓流現象を牽引する大衆文化の諸ジャンルの質的向上を考えると、韓国政府の文化産業に対する支援・育成の成果が近年の韓流現象の基盤を作ったことは否めない事実である。そして、韓流現象の初期、つまり日本における韓流ブームの以前の時期においても、韓国政府の文化産業に対する諸支援策は、文化コンテンツ産業の海外輸出を支援する形で、事実上韓流の展開に大きく関与してきた。

韓国コンテンツ振興院の日本事務所長役に務めている金は、筆者が2011年12月15日に行ったインタビューにおいて、韓国政府の文化産業に対する支援と近年の韓流現象との関係について次のように語る。

韓国政府の文化産業に対する支援の程度は他国と比べ相当高いと言えます。法的根拠の整備や予算の規模などを考慮してみれば、韓流に対しても高い水準の支援と介入が行われていると思われます。韓国の場合、市場の規模がほかの先進国と比べまだ零細であるため、市場開放における競争のとき、不利にならざるを得ない状況です。その事情にしたがって支援の水準が高くならなければなりません。

ただし、文化産業に対して高い水準の支援と介入を行うとして、政府が一方的に韓流を牽引していると短絡的に理解する傾向には問題があります。

政府が国内文化産業の全般的なインフラの構築に取り組んできたのは事実です。韓流に関しても、たとえば、韓国コンテンツ振興院が行っている放送映像コンテンツの制作や流通への支援、より細かく言えば、放送映像の展示会の開催や、海外の映像コンテンツマーケットへの参加支援など、韓流に対する具体的な支援策は、韓流の海外進出において一定の成果を上げていていると思います。だが、韓流という大きな流れを政府が牽引しているという表現には無理があります。後方支援という表現が適切だと思います〔金泳徳 2011〕。

要するに、韓国政府の文化産業に対する一連の支援策が高い水準で行われ、韓流が発芽・成長できる土台を作っているのは事実であるが、日本の韓流言説でしばしば見られる「韓流国策説」のように、韓国政府が韓流現象を一方的に操っているような認識は間違っているという指摘である。

ところで、韓流現象の現状と韓国政府の支援策との因果関係は別とし、日本におけるブーム以後の韓国政府の文化産業に対する政策、とりわけ韓流現象をめぐる諸政策の方向は、「韓国的なもの」を前面に出して、韓国のアイデンティティーを世界に拡張しようとし、韓流を「国策」として活用する傾向を見せつつある。

そもそも、韓国政府の文化産業政策の目的は、経済価値の効用の極大化であった。軍事政権の下で規制の方向で一貫してきた韓国政府の文化政策は、1987年の民主化を契機に、その方向性を大きく変え、1990年代に入ってから文化産業に対する戦略的育成に着手しはじめた。文化体育観光部が1997年に発刊した『1997文化産業白書』には、文化産業を国家的戦略産業として育成の意義を、大規模の貿易赤字の改善から求めている〔文化体育観光部 1997: 17〕。それから、文化産業に対する支援政策が本格化したのは1990年代末の金大中政権からであるが、IMFの金融危機を受けていた当時の経済的な状況は、新自由主義的な構造改革を断行し、文化政策の面においては文化芸術の振興より文化産業の育成に力を傾けさせる背景となった。そのうち、中国や台湾に巻き起こした韓流現象は、文化産業の経済価値を再確認させる契機としてはたらいだ。大衆文化の諸ジャンルが海外で人気を集めるようになると、文化コンテンツを制作・流通する企業の著作権の受益はもちろん、韓流の人気の間接効果として韓流受容国家における韓国製の一般消費材輸出の増加や、訪韓人口の増加による韓国観光産業の好況などについては、前章で述べたとおりである。

文化産業の成長を通じて国家経済の発展を図るという文化政策の基調は、その後の政権においてもしばらく続いていった。韓流現象が一定の軌道に乗ってからは、政策上に「韓流」といった単語を用い、文化コンテンツ産業という一般的な現象よりは、韓流産業といった特別な現象を活性化しようとする動きを見せ、本格的に「韓流の持続化」政策に取り組むようになる。韓流現象以後、大衆文化ジャンルの海外輸出に対する支援政策は、韓国政府の文化産業政策のうち、もっとも重要な部分を占めているように見られるのも、韓流の経済価値の効用に対する認識からはじまるものであった。金大中政権のときに、「21世紀の基幹産業」の地位を獲得した文化産業（文化コンテンツ産業）は、盧武鉉政権では、韓流の成功を背景とし、「国民所得3万ドル時代⁽⁵⁾に牽引する」動力産業としての、国家経済発展に寄与しなければならないという、責務を引き受けるようになる〔文化体育観光部2006a〕。

ところが、ドラマ『冬のソナタ』の大ヒットがきっかけとなった、2004年から2005年にかけて、日本での韓流のブーム以後、韓国政府の文化産業政策、とりわけ韓流支援政策に基調に観点の変化が現れた。もっぱら韓流を「外貨稼ぎの手段」として見なし、経済価値を高く評価していた韓流を眺めるまなざしは、徐々に韓流の政治的効果に注目しはじめ、国際社会における韓国の国家地位を引き上げようとする政策目標が樹立されるようになった。前節で概観した韓流を「国家ブランド」に結びつく政策や、「ハンススタイル」政策は、そのような課題の実現政策の事例である。

もちろん、国家ブランド・イメージは主にグローバルマーケティングや消費者行動研究のような、経営学の分野から広範に研究が行われており、国家ブランドの議論は経済効果に帰結するが多い。国家ブランドは国家競争力を高めるための手段として見なされるが、そもそも競争力という概念も、経営戦略理論における競争優位のような、ミクロ次元での企業の経営能力を評価する概念であったが、マクロ次元、グローバルな経営に関する関心の拡大によってその対象が国家単位まで拡張したものである〔ソン2011:33〕。たしかに、国家ブランドの強化も、観光事業の活性化や輸出の増大、海外資本の投資の誘致など、経済領域における目標が指定されていることも事実であり、韓流と国家ブランド政策の連携も文化産業の経済価値の効用と無関係ではない。だが、国家競争力、または国際競争力を評価するとき、もっぱら経済的な成果が基準となる場合、国家と企業の目標設定の相違から、競争力の分析が意味をなくすという指摘もあり、このような限界を克服するため、世界競争力研究所（WEF：World Economy Forum）や国際経営開発研究員（IMD：International Management Development）のような国際競争力を導出する諸機関は、それぞれ相違な評価基準をもって競争力の順位を発表している〔ソン2011:35〕。国家ブランドのイメージは企業のイメージと類似点を持ちながらも、形成や構造に相違がある。国家ブランドの強化は、経済目標の達成のみならず、国力増進や国際パートナーシップの強化、国際社会における政治影響力の向上の効果を持ち、内部的には自国民の自信と誇りの増大、調和と結束をもたらすなど、経済、政治、社会を含む全ての側面から恵沢が得られるので

ある [李 2009 : 10]。

韓流と連携する一連の国家ブランド事業では、経済規模に比べ、相対的に低評価されていた韓国の国家イメージを一新し、経済大国から文化強国への跳躍を図るなど、国際社会における韓国の国家イメージの向上に重点を置いている [国家ブランド委員会 HP 2011 年 10 月 20 日アクセス]。国家イメージの向上には、該当国家の企業ブランドの価値上昇につながるという点で、経済的な効用を図る目的が除外されているとは言えないが、文化産業をもっぱら経済成長の手段として扱った過去の政策に比べ、韓流現象に対する支援や介入を通して韓国の国際的地位を向上しようとする近年の政策は、その方向性において差別性を如実に表している。

2011 年基準で韓国の韓流政策は、まず政府機関では文化体育観光部をはじめ、外交通商部、企画財政部、知識経済部、教育科学技術部、放送通信委員会、公正取引委員会などが関わっている。また傘下公共機関としては、韓国コンテンツ振興院、韓国文化観光研究院、国家ブランド委員会、韓国観光公社、大韓貿易投資振興公社などが参与しており、民間機関では財団法人韓国文化産業交流財団、韓国貿易協会、韓国訪問の年委員会などの団体が韓流関連業務を遂行している。それから総理室の傘下機関として新設された「イメージ・ 코리아チーム」がこれら官民団体の連携を通して、韓流に対する政策、予算、対応を総括している [文化体育観光部 2012]。

上記の諸関連団体の連携状況からも、近年の韓流現象に関わる諸政策では、韓国の国家イメージをめぐる議論が重要な位置を占めていることがうかがえる。韓国政府は、海外における韓流現象を経済だけでなく、政治、社会を含む諸方面から国家競争力を高める契機として活用しようとしている。その政策の取り組む時点は主に日本における韓流の成功以後となっている。日本での「韓流」といったブランド価値が高まり、そして韓国イメージが向上されたという事実が、これらの政策を推し進めるひきがねとなったことは想像しにくくもない。

韓流芸能人の日本進出事業に携わる X 氏は、2011 年 12 月 27 日に行った筆者とのインタビューで、近年、日本（の芸能産業界：筆者注）における「韓流」のネームバリューやブランド価値が非常に高くなっていると述べる。在日コリアン 3 世である彼は、2004 年の韓流ブームを境として日本における韓国のイメージが大幅に変わったことを体感しているとし、近年の、自ら「韓流」という名札を付けた韓国の芸能人の日本市場への進出ラッシュについて、「韓流」というブランド価値に便乗する傾向があると指摘する [X 2011]。

韓流と直接関わる現場ではたらく彼の証言を通じて、日本における「韓流」の高いブランド価値が確認できるが、韓流のブランド価値は韓国の芸能産業界からも注目されているのである。日本のブーム以後、韓国出身の芸能人やさまざまな韓国産の製品が自ら「韓流」ブランドを背負って海外進出の活路を模索してきた動きは、韓国政府の一連の文化政策からも同様な戦略として活用されている。韓流のブランド価値を活用し、韓国の国家ブランドをともに高めようとする政府の戦略に、日本における韓流ブームが決定的な同期を提供

したと言える。

4.2 韓流と韓国の文化アイデンティティー

韓流をめぐる議論のなかには、一方では国家間の文化交流は市場の論理に従って経済的な効用を極大化する方向へと進むといった、新自由主義的な観点から見るものがあり、韓流は文化というより文化「商品」であり、市場の競争による産物として見なすが、他方では、商業的な資本主義の産物であり、質の低い大衆文化として一時的な現象に過ぎないと批判する立場もある〔韓国文化観光研究院 2005a〕。

グローバル化の進行が顕著となっている近年、文化面においては西欧先進国とりわけ米国中心の画一化の傾向が強くなっているという、「文化帝国主義」に対する議論は、実際にローカルな場で進んでいる様々な多様化のありようを説明できないという理由から多くの批判を受けているものの〔岩淵 2003〕、米国の文化ヘゲモニーが世界に波及する支配力は否定できない。このようなグローバル化の進行によって、いつそう国々の文化アイデンティティーの追求が重要な議論の対象となっているが、グローバル化の深化に従って文化アイデンティティーの概念も変化し、その究明自体が、もはや簡単な作業ではない〔hall 1996 ; ジョン訳 2000 : 366-367〕。だからこそ、国境を超える文化交流の活発化による同質性と差別性、統合と分離、集中と脱中心のような、同時多発的で矛盾する文化的な混用現象の中で、韓国のように文化的な弱小国家や周辺国家は、自らの文化アイデンティティーを求め、差別化した文化を創出しようとする努力を増やせざるを得なくなる〔ヤン 2010 : 36〕。

韓国文化においても、固有のアイデンティティーの確立の重要性に関する議論が長い間一貫して続けられてきた。「韓国的なものとは何か」を規定し、韓国固有の伝統文化の維持・発展に対する議論が行われてきたのは、文化的な自負心の欠如を意味する反証でもあった〔ヤン 2010 : 38〕。大衆文化においては、初期の形成から日本や米国の影響を強く受けていた点から、規制と批判といった厳しい視線を適用してきた経緯があったが、このようなありようも同じ文脈から理解することができる。しかしながら、韓国固有の伝統文化を発展させ、文化アイデンティティーを育てる努力は国家経済の発展という緊要な政策目標に優先順位が後れられ、ごく消極的な範疇から行われてきた傾向がある。

文化の重要性が台頭した 1990 年代から韓国政府は国家競争力を備える目的を持って文化産業の支援に取り組みはじめたが、21 世紀初頭の韓流現象によって、一定の効果が見られたと言える。だが、上記の文化帝国主義をめぐる言説に対する議論は別として、米国の政治、経済、文化面における影響力が韓国社会全般に大きく波及されているのは否めない事実である。そして、韓流現象の初期には、韓流の持続化に対する疑問とともに、韓流現象の中身である韓国の大衆文化の諸ジャンルが、米国の大衆文化の安っぽい模倣に過ぎないという批判を受けてきた〔ベック 2005〕。事実上、海外で人気を博している韓流の中身は大衆文化ジャンル、つまりエンタテインメントの要素であり、その中から韓国固有の文化的

特性を見出すことは難しい。また、韓国の大衆文化を論じるにおいて日本の影響も看過できない。韓国政府が過去、民族アイデンティティーの重要性を力説しながら、長年にかけて日本の大衆文化が韓国内に流入することを拒否したが、このような状況が生じた裏の模倣と剽窃が韓国大衆文化の独創性を低害する要因ともなった点については、前章で述べたとおりである。また、日本と韓国のトレンドドラマを比較分析したリー・ドンフーは、韓国ドラマの形式や BGM などの色々な要素が日本のドラマから模倣、または借用されていると指摘する [リー2004]。

韓流に混在する外来文化的な要素への批判は、いっそう韓流と韓国の文化アイデンティティーを喚起させ、伝統や固有の要素の不在を指摘する。このような議論の中には、19 世紀のヨーロッパの美術界で日本の浮世絵が流行し、日本ブームにつながった、ジャポニズム (Japonism) と韓流を比較するものがある。日本文化の原型が見られるジャポニズムは消え去っても日本を文化大国として表象させるが、韓流には韓国文化の原型が見られないという指摘である [サムスン経済研究所 2005]。このような議論が進むなか、韓流は韓国を表象化し、海外に韓国の国家アイデンティティーを伝播し、国際社会における韓国の認知度を高めるべきだという認識から、国家主義の介入がますます強まっていった。

たしかに、グローバル化による資本や人、文化の国境を超える移動は、地球の国々の相互依存を高め、「国家」という集团的主体のアイデンティティーの危機を引き起こす同時に、一方ではその反動現象が起こっている。カステル (Manuel Castells) は近年のグローバル化の時代が、ナショナリズムが消え去るのではなく、むしろナショナル・アイデンティティーを再構築するナショナリズムの再生の時期であると論じる。この議論において、カステルは、近年のナショナリズムが政治より文化の側面から強調される傾向があり、現在のナショナリズムから「文化ナショナリズム」を理解しなければならないと力説する [Castells 1997 : 27-31]。多様な文化が超国家的資本によって商品化され、越境流動を通じて混用と融合を繰り返す近年の状況の下では、韓国文化の固有性の喪失といった脅威により文化ナショナリズムが高まり、伝統文化を維持・保存しようとする動きを取るが、近年では海外における韓流現象の刺激によって、ナショナル・アイデンティティーを表象する自文化の勢力拡張までを図るようになったのである。

つまり、韓流における韓国の文化アイデンティティーの強化とその海外発信を図る議論には、抵抗的な性向の文化ナショナリズムのみならず、積極的・攻撃的な性向の文化ナショナリズムもはたらいている。木村は、日本における韓流ブームによって、韓国文化とりわけ文化コンテンツ産業の国際競争力が評価を受け、経済的受益のみならず韓国社会の文化面における自信を持つ契機となったと述べる [木村 2007 : 225]。既存の受容国家と違って、これまで東アジアを先導してきた高い水準の自国文化産業を保有する日本で韓流が高い評価を受けたことから、韓国は韓流が持つ普遍的な価値を語るようになった。自文化に対する自負心が高揚した結果、韓国の文化政策の方向性にも転換がもたらした。高い商品性が認められた韓流の世界拡張に便乗し、今度は韓国固有の文化アイデンティティーを海外に

発信しようとする欲望が生まれたのである。

このように、韓国的なものの世界化を図る政策目標には、過去、日本の大衆文化を低質文化と見なし、相対的に韓国の伝統文化の優越性を強調しながらも日本の大衆文化の競争力や波及効果を認め、国内の文化市場の蚕食を憂慮していた状況が逆再現されている。韓国政府の文化政策が、経済価値の効用が高い文化産業の育成に集中した結果、長い間、低級な文化として扱われ、規制と批判の対象であった大衆文化の世界進出を果たした。そして、日本の大衆文化をはじめ、外来文化の受容に積極的でなかった韓国政府は、韓流現象を契機として自国文化の海外輸出に積極的な支援を行い、さらには韓国の文化アイデンティティを強調して海外に拡張しようとするが、このような韓流への国家主義的な介入によって、韓流政策における文化ナショナリズムの性向が強くなっているのである。

韓流展開におけるナショナリズムの強化は、本稿を通して次々に扱うものであるが、国家政策のみならず、韓流をめぐる文化研究やメディア、また一般大衆の認識にも拡大している。そして、そのナショナリズムの高まりが、経済価値以上の価値を求め、韓流をめぐる言説を新たな方向へ導いているのである。

5 おわりに

そもそも韓流が国家レベルの議題として浮かび上がるまでには、韓流の経済的効果が優先されていた。放送番組、映画、音楽などの文化産業と、観光、衣類、化粧品、家電製品、自動車、食飲料など連関産業における韓流の経済効果は、韓国政府が韓流展開に介入する根本的な要因となった。しかし、日本のブーム以後韓国政府の韓流政策の方向は、韓流を受容国家における重要な対民外交の手段としているように見受けられる。韓流を通じた韓国文化の人気の韓国や韓国人のイメージの改善につながり、対民外交においても政府主導の公式外交より大きな成果が期待できるという認識が強まっている。このような認識には日本におけるペ・ヨンジュンの人気による韓国人のイメージの改善が韓国の外交部の努力より大きな効果を挙げたという評価が大きく作用しているのであろう。

しかし、これまで韓国政府の韓流政策は韓国内においても多くの批判をも受けてきた。まずは政策の効率性に対する指摘がある。現在の韓流支援策において部署や担当者の業務共有と分担が適切に行われていなく、業務が重なったり、政策間の連携が通じなかったりする問題点がしばしば指摘される。たとえば、韓国国会文化観光委員会のウ・サンホ委員は、このような政府の文化政策の問題点は、韓国政府の文化政策の決定権者が文化に詳しくなく、関心もないことに起因すると指摘しながら、韓流を国家の重要資源として維持させるためには政策決定権者グループに文化の専門家が投入される必要があると力説する[カン 2006 : 131]。

次に、政府主導の韓流政策自体に警戒を示す論者もいる。韓流産業に直接かかわる現場では、政府が韓流の展開に深く介入することに対して強い反感を示す場合が多い。民間主

導で成功を成し遂げた韓流に政府が手遅れで関与し、国家アジェンダーとして誇張広報することに対する批判があり、また、受容者の自発的な選択でなく、人為的な政府主導の海外進出政策が受容国家においては文化侵略の脅威として見られる恐れがあるという声も高い〔パク 2006〕。実際に日本の「2ちゃんねる⁽⁶⁾」をはじめとするネット右翼の反韓・嫌韓言説では、韓流現象は韓国政府が組織的に日本に浸透させた陰謀であり、「捏造されたブーム」であると排撃することがよく見られるが〔小針，曹 2007：167〕、これらの嫌韓流、反韓言説の存在は、政府主導の韓流政策に対する危惧の根拠となる。

たしかに、外来文化受容には閉鎖的な態度を示してきた韓国政府と、韓流を一方的な商品輸出の機会として活用しようとしていた韓国の文化産業界の様相は、韓流受容国家からの不満を受けてきた。たとえば、2005 年文化観光委員会が開催した「韓流の問題点と改善方策のための公聴会」で、台湾側の参席者による「韓国政府と企業の傲慢な態度や韓流ブームに便乗した一方的な売り込み」に対する批判や、ベトナム側の参席者による「韓国とベトナムの間の文化交流の不均衡な状況」に対する指摘などは、韓流の海外進出に関する政策の問題点を示していた〔チェ・ソンヘ 2011：87〕。金も既出したインタビューのなかで、韓流の海外進出に関する政策の必要性を認めながらも、現地の情緒を考慮しない無差別的な進出の問題点を指摘し、柔軟な進出政策、緩急の調節の必要性について語る〔金泳徳 2011〕。

いずれにせよ、韓国政府の韓流政策の方向性に多くの修正を加えていくことが必要であるという声が高く、韓流政策をめぐる議論では海外韓流受容国家の反韓感情を意識し、双方向性交流の重要性を強調する〔財団法人韓国放送映像産業振興院 2008〕。

そのような意見を収斂したか、2004 年から 2005 年にかけ、韓国の韓流言説にも活気をもたらした日本における韓流ブーム以後の落ち着きや、『マンガ嫌韓流』で代表される日本の嫌韓流、中国における「抗韓流」を経験して以来、近年の韓流政策では、政府部門の役割や民間（業界）部門の役割分担及び公助関係の確立が重要であると強調されている。既出したインタビュー調査で金が述べたように、政府の支援策は、一方的な牽引ではなく、文化産業のインフラの構築や関連法の制定、そして国際交流関連の支援など、民間部門が自力で解決できない分野において後方支援という形で行われるべきであり、何より、政府の深い関与によって民間の自律が侵害されてはならないのであろう。

ところが、上記のように、韓流の積極的・一方的な進出の模索によって海外の受容国家の不満が重なった状況のうえに、近年に見られる韓国政府の国家主義の介入、とりわけ韓流の展開に韓国のアイデンティティーを強調する姿勢が加わるならば、いっそう海外受容者のナショナリズムを刺激し、韓流現象の海外進出に逆効果をもたらす恐れがある。

第四章 文化研究における韓流をめぐる議論の変化

1 はじめに

中国や台湾など、東アジア地域を中心として韓流現象が起こってから、韓流が「一時的な流行で終わるか」、もしくは「一つの文化潮流を形成して定着するか」など、その持続可否をめぐる議論がこれまで続いている。この議論については、さまざまな観点によって意見が分かれているが、韓流は固定した実体を持つ現象として存在するというよりは、不完全で流動的なものであり、現在進行中の変化の様相であるため [ハ、ヤン 2002 : 68]、今後の展望について明確に結論づけることができない。ただ、不確実な展望を前提とし、韓流の持続化のために、韓流商品の生産側では良質の文化商品を製作・輸出するために力を入れ、政府レベルでは多様な支援政策を推し進め、民間レベルでは韓流中心の交流と協力を拡大していくべきだといった、多少曖昧な一般論が繰り返されてきた [キム・ソンス 2010 : 315]。

だが、持続可否をめぐる議論を繰り返しながらも、約 15 年の期間にわたって展開してきた韓流現象は、国の支援を背負って、最近では SNS やソーシャルコミュニティなどのような先端メディア技術を活かしながら、そのジャンルや伝播地域をさらに拡大している。文化のグローバル化とローカル化が同時に進んでいる近年、中南米地域の「テレノベラー」の流行とともに、文化のローカル化現象の代表的な事例として挙げられていた韓流は、日本大衆文化の前例を追いかけ、徐々に東アジア地域を越える中東地域や欧米をはじめ、世界へと広がっている [財団法人韓国文化産業交流財団 2011]。

文化研究者イ・ドンヨンは、韓流の文化産業としての地位が 2005 年を基点として、疑問の余地のない実在性を保有するようになったと評価し、特定少数のエンタテインメント組織が企画した産物としての範疇を超え、ほとんどの文化産業コンテンツが自然に企画を図る市場となったと評価する [イ 2006 : 185]。2005 年といえば、日本における「冬ソナ」ブームが 2004 年日本社会を巻き起こった翌年であり、この年、韓国のドラマを含む放送番組と映画の海外輸出総額はそれぞれ 1 億 2 千万ドルと 7500 万ドルを超えた。そのうち、日本輸出額はそれぞれ 6,551 万ドルと 6,032 万ドルであり、日本市場への依存度が相当高い [文化体育観光部 2006a]。

上記の文化コンテンツ産業の海外輸出の推移から、2005 年度度の文化コンテンツ産業の好況には日本における韓流ブームが大きくはたらいたことが分かる。また、計量的な数値のみならず、2005 年には、前年度からの日本の韓流ブームに関するさまざまなありようがメディアを通じて韓国社会に伝えられたことから、韓流に対する韓国社会の関心と期待が高まっていた。韓流が文化産業としての地位を獲得しただけでなく、観点を変え、韓国の文化コンテンツ産業が韓流現象、とりわけ日本の韓流ブームによって国家の基幹産業としての位置を確保したと言ってもよい。

このように、2004 年から 2005 年にかけての日本の韓流ブームは、韓流現象の全体的な展開において大きな転換点となった。韓流の日本進出は、単に韓国が文化輸入国から文化輸出国へと変貌したことの意味を超え、韓国より大きい文化市場での成功といった点で、既存の文化帝国主義をめぐる理論に対する反論の良い根拠を提供した[パク 2007:21]。とくに、韓流の影響から日本社会の韓国に対する関心が増大し、対韓認識が肯定的に変化したといった内容の研究結果やメディアの報道によって、多くの人々が韓流に両国間の友好増進に肯定的にはたらくという期待を寄せるようになった。歴史的な特殊性によって長年の葛藤を続けてきた日韓関係を背景として、韓流の政治的効果がより浮き彫りにされるようになったのである。

注目すべきであるのは、前章で述べたように、日本における韓流現象以後、韓国政府は韓流を眺める観点を変え、政策の方向性にも大きな修正を加えた。韓流の政治的効果に注目しはじめた韓国政府は、韓流を韓国の国家ブランドを高め、韓国の国際的地位を高める有効な手段として活用するため、さまざまな支援政策に取り組んだ。このような韓流に対する認識の転換は、政府のレベルのみならず、韓流を眺める学界やメディア、一般大衆にまで広まっていた。韓流をめぐる議論や研究分野においても、韓流の政治的な価値に注目する傾向が強く見られるようになった。21 世紀の国際政治秩序の変化、つまり文化が重要な主題として浮かび上がる文化政治の観点から韓流の意義と限界を考察する必要が台頭したのである。

このような韓流の研究分野における議論の変化に着目し、以下では、東アジア地域における文化疎通の手段としての韓流の活用や、韓国の文化外交と韓流を結びつける議論など、文化政治の場における韓流研究の潮流を把握し、日本における韓流のブーム以後の、韓流研究の領域におけるまなざしの変化が持つ意義を、日韓関係と連携して考察する。

2 韓国における韓流研究の様相

韓流の発展過程にしたがって、関連研究においても多様な側面からの接近が試され、さまざまな実績が積み重ねられている。韓国内だけでなく、海外の受容側においても、中国や台湾、日本など現地の研究者によって韓国の大衆文化の受容と消費に関する研究が行われた。日本の場合、ドラマ『冬のソナタ』を中心とした韓流作品のテキスト分析をはじめ、初期の韓流受容者層が主に中高年の女性であったことに着目し、ジェンダー、ファンダム、フェミニズムなどの観点から分析を行った受容者研究[毛利 2004；平田 2007 ほか]、隣国の韓国に真剣に目を向け始めた日本社会の変化に焦点を当てるもの[石田 2007；小倉 2005 ほか]、越境する文化流動によるアジアとりわけ日韓間の文化疎通への可能性と限界への考察[岩渕 2004 ほか]など、さまざまな試みが見られる。

一方、発信側である韓国においては、韓流が現象としての一定の実体感を構築した 2000 年代以後、本格的な関連研究が現れはじめた。コミュニケーション学を含む経営学、社会

学，言語学，国際政治学，教育学など，多様な分野からの接近が試みられ，関連書籍の出版，研究機関及び政策機関の研究報告書，多くの討論会と学術論文に至るまで，広範に韓流に関する研究が行われてきた [ソン 2009：123-124]。

また，このような多くの韓流に関する議論をめぐる分類も，研究者の作業によってさまざまである。ジョハンは，韓流初期，つまり日本におけるブーム以前の韓流議論の類型を，メディアの記事分析を通して三つの段階に分類した。第一段階は韓流の命名段階であって，関連研究が「韓流」という用語の意味を究明することに力を注いだとし，第二段階は韓流の持続段階で，経済価値の最大化が関心の対象であったという。最後に，第三段階は韓流の消化段階で，韓流現象の広がりに対する答えを求める研究が主として行われたという [ジョハンほか 2003]。

その以後，シンの場合は，既存の研究動向を分析し，まず，韓流の本質を文化，または商品のうち，どちらとして扱うかの分類から，次に，韓流現象を肯定的に評価するか，または批判する立場であるかによる分類，最後に，超民族主義的な観点と民族主義的な観点のうち，どちらの観点を持つかの分類まで，それまでの韓流に関する研究の動向を三つの範疇で分類できると提示した。その分類の時点で（2006 年）彼は，韓流研究が現実的な政策目標を志向し，韓流を「商品」として，そして肯定的に眺める観点が多いと指摘した [シンほか 2006]。

ほかに，キム・チェファンは，既存の韓流研究を大きく二つに分け，産業的な側面に焦点を当て，韓流商品の競争力と流通を中心とする研究と，韓流商品の受容者を主題とする研究で区分する [キム・チェファン 2009：172]。

以上のように，韓流現象の展開状況に従って韓流に関する研究の流れと観点も多様化してきたが，主流を成しているのは韓流の効果及び活用に関する研究であった [チアオ 2011：10]。前述したとおり，韓流の効果は経済的な効果と政治的な効果に分けられるが，2000 年代半ばまでには経済的な効果に関する研究が多く見られる。

たとえば，パク・ギルスンは，中国における韓流現象を対象とした研究で，韓流スターを起用した広告が該当商品の中国内の市場占有率を上げる効果があるとし，また，韓流スターが中国の若い世代のファッションの流行に大きな影響を及ぼしていることを明らかにした [パク・ギルスン 2004]。

ハン・ウンギョンらは韓流商品にブランド資産の概念を適用した研究で，「韓流」ブランドは，好感度，感情の一致，品質の知覚，マーケティング活動，認知度などの要素を通じて把握できるものであるとし，そのうち，感情の一致は直接的には選好度に影響を及ぼし，間接的には韓流に対するマーケティング活動を肯定的に評価させる機能を持つが，これらの要素間の相互関係を明らかにし，韓流持続化のための管理次元の示唆点を提供した [ハン，パク 2005]。

パク・デハンは，中国の観光客を誘致するため，中国市場の特性に合わせた差別化戦略が必要であるとし，観光産業とエンタテインメント産業，輸出産業との連携戦略の樹立に

における韓流の役割に着目した。当研究を通じてパクは、韓流が海外マーケティングの有効な手段であり、その波及効果を観光事業に積極活用すべきだと力説する〔パク・デハン 2004〕。

上記のほかにも、韓流の経済価値や持続化のための方策を提示するものが多く見られるが、これらの研究では韓流への支援や広報の必要性を強調する声が高い〔ユほか 2005 ほか〕。韓流関連研究の動向を分析したソンは、2000 年代半ばに行われた多くの関連研究の事例を挙げ、これらの韓流研究において韓流の主な目標が経済的・商品的価値として認識されており、その持続と活性化のための研究実績が提示され、政府の韓流支援政策に反映されたと述べるが、その政策の効率性や実際の反映結果に対する評価は図りにくいと指摘する〔ソン 2009 : 127〕。いずれにせよ、該当時期の韓流の経済価値を極大化しようとする一連の研究では、当時韓国政府や関連機関の韓流の持続化に関する政策と方向性がほぼ一致しており、両者は相互に影響を与えながら密接な関係を結んできたのである。

一方、2000 年代半ばの日本における韓流ブーム以後には、日本市場での莫大な経済的受益が話題となり、韓流の経済的な効果を探る研究の潮流が依然として続いていたが、他方では、韓流を通じた日本社会の韓国認識の変化に焦点を当てた、韓流の政治的な効果に注目する研究が日韓関係と結びついて行われはじめる〔イ・ホジョン 2006 ; イ・ジウン 2006 ほか〕。

また、韓流の政治的な効果に焦点を当てながらも、日韓関係の範疇を越え、韓流を文化外交の手段としての活用に着目する研究が多くなされる。このような研究の流れも、当時の韓国政府における韓流関連政策の方向性に近接するものである。そのまなざしについて上述したシンの分類にしたがえば、韓流に対する評価が非常に肯定的であって韓国文化の優秀性を強調する民族主義的な観点と、韓流を単に韓国文化の成功というよりはアジアの文化ブロックを形成する契機とすべきだという超民族主義の、二つの観点から行われるものであった。これらの研究は韓流を文化政治の領域から扱うものであったが、韓流現象を「韓国の魅力」という観点から理解しようとする試みであって、そのような魅力をもとに韓国が東アジア地域の文化疎通の中心役割を果たすという期待がはたらいていた。

たとえばソウル大学のキム・サンベ教授は、韓流研究が自然に文化の分野から発生する権力や国家及び世界秩序の変換に対する議論につながると語る。これは、政治学専門のキムが、ある政治学会誌に「韓流の魅力と東アジア文化ネットワーク」という題名で掲載したものであり、当時 21 世紀の文化政治の視覚から韓流が注目を受けている状況を明らかにしている〔キム・サンベ 2007〕。

このように、韓流に対する政治的な解釈が重要であると強調する一連の研究の流れは、既存の経済的な交流を強調する立場から離れ、より包括的な文化交流という脈絡から韓流を認知しようとするものであった。

3 東アジア共同体をめぐる議論と韓流

3.1 東アジア共同体の議論の台頭と地域共同体の形成の妨害要因

1990 年代以後の国際情勢では、グローバル化という世界の潮流が国境を超える多方面の交流を促進するとともに、他方では経済利益を追求する相互競争が強化される地域主義を深めるといふ、表面的には一見矛盾するような現象が並行する。このような超国家的な地域競争の時代に対応するために、ヨーロッパ共同体（EC：European Community）がヨーロッパ連合（EU：European Union）に発展し、米国とメキシコ、カナダの北米三国では、北米自由貿易地帯（NAFTA：North American Free Trade Agreements）を発効するなど、ローカル内の多国籍協力体制を強化する国際情勢の下、東アジア地域の経済圏の規模が目覚しい成長を続け NAFTA と EU に継ぐ三大経済圏として浮かび上がると、東アジアの地域共同体をめぐる様々な議論も活発化している [李恩恵 2007：13]。

そもそも「東アジア」という地域的概念は、近代ヨーロッパ、つまり「西欧他者により規定された」アジアという概念が、さらに歴史的な流れに従って「東アジア」として再規定されたものであるという複雑な背景を持つ [イ・ドンヨン 2006：55-56]。ただ、東アジアを単に地理的に言えば、東南アジア圏の国々に、中国、日本、韓国そして北朝鮮を含む東北アジア圏を合わせて構成される。

現在、東アジア地域機構の根幹を成すのは「ASEAN+3」である。ASEAN は、東南アジア諸国連合（Association of South-East Nation）のことで、1967 年にインドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイの 5 か国ではじまり、その後ブルナイ、ベトナム、ラオス、ミャンマー、カンボジアが順次的に加入し、1999 年から 10 か国の会員国が加入されている [ジュ 2010：46]。

一方、「ASEAN+3」は、ASEAN 創設の 30 周年の 1997 年 12 月に、ASEAN 非公式頂上会議に日本、中国、韓国の 3 か国を招請したことを契機とし、「ASEAN（東南アジア国家連合）+3（日・中・韓）」体制が構築され、その後、毎年定例化してきた。ASEAN+3 の発足の背景には、上述したヨーロッパ統合と、NAFTA などの地域協力圏の構築の動きからの刺激のほか、1997 年の、アジア地域における IMF 金融危機が大きく影響を及ぼした。タイの Bath 貨の暴落から始まった金融危機は東アジア全域に拡大し、急速な経済成長を続けてきた国々に大きな打撃を与えた。グローバルな経済状況の下では大規模の先進資本の自由な移動や威力に個別国家の対応ができなくなり、IMF 救済金融機構の改革によって被支援国家の経済は沈滞しつつあった。イム・ヒョンイルの説明によれば、既存の ASEAN は、東南アジア諸国の政治的、戦略的な協議体として発展してきたが、拘束力を持つ制度的な措置や超国家的な機構の創出には消極的であって⁽¹⁾経済統合の効果が少なく、経済危機に対処できる地域協力体系の必要性が高まったのである [イム 2004：29-30]。

ASEAN+3 は、運営の形態や方法などにおいてさまざまな問題点⁽²⁾を内包しているが、既存の東南アジアの国々が主導権を持って、日・中・韓の 3 か国が経済支援を行う形になっ

ており、地域内の競争的な経済構造と発展水準の差異、そして地域外国家に対する経済依存などが問題として指摘され、多くの改善を必要とする。だが、運営上の弱点は存在するものの、当機構は、東アジア地域内の国家で成された有一の機構であり、相互協力を緊密化し、経済問題に対処できる協議機構として肯定的に機能すると期待される [イム 2004 : 45-46]。

ところで、東アジア地域では、米ソ冷戦の終焉以後も多極化体制の中で冷戦雰囲気が続いており、地域内の安全保障のための協力の必要性が求められるが、経済部門での一定の協力体制を構築したことに対し、安全保障のための協力においては否定的な状況を示している。とりわけ、東アジアで主要な影響力を持つ日・中・韓の東北アジア 3 か国は、歴史問題による葛藤関係や政治的な対立、自国の実利関係に対する観点の差異などから、長い間、外交摩擦を繰り返してきた。民主主義対非民主主義、資本主義対社会主義といった政治・経済制度の相違による立場の不一致のほかに、このような地域内国家間の相互葛藤は、不信と反感に満ちた排他的ナショナリズムを深化させ、東アジアの地域内協力体制の構築を妨害する要因となっている。

まず、日本は、「大東亜共栄圏」で記憶される、帝国主義の侵略と支配といった歴史問題から、東アジア地域内の国々に対しては不信の対象となってきた。日本の近・現代史における歴史問題は、敗戦後にもその精算が解決されず、日本が東アジア地域においてより主体的な立場になれない壁となっている。しかも、日本と東アジア諸国との歴史問題をめぐる葛藤は、過去の問題だけではない。前述したが、敗戦後数十年の時間が経っている 2000 年代に入っても、「新しい歴史を作る会」による歴史教科書問題や、小泉首相をはじめ、政治指導者の靖国神社参拝の問題のように、歴史問題は絶え間なく周辺中国や韓国との外交摩擦を呼び起こし、東アジア地域内における日本の国際的地位に否定的な影響を及ぼしてきた。また、中国とは、尖閣列島（中国では釣魚台群島）をめぐる領土紛争が進行中であり、韓国とは竹島（独島）の領有権をもって激しい対立が続いている [愈 2009 : 27-29]。

多くの世論調査や研究結果から分かるように、東アジア地域内の日本の周辺国である中国と韓国では、日本との緊密な経済依存関係にもかかわらず、長年にわたって反日の雰囲気が維持されてきた。とりわけ韓国の根強い反日ナショナリズムは、過去歴史の清算の未解決や近年まで繰り返す歴史摩擦によるものであり、前述したように、韓国社会の日韓間の歴史問題に対する強い意識、そして反日感情は、政治的に利用され、ときに増幅・制御されてきた経緯をも持つ [ジョン 2002]。一方、韓国と中国の間においても感情対立のありようを見せるが、高句麗時代の領土論争をめぐる歴史解釈の問題などが原因となっており、両国の歴史認識の相違は、民族主義の表出につながっている [愈 2009 : 19]。

中国は 1978 年の改革開放以来、過去 30 年間の年平均 9.5% の経済成長を示しながら、アジアではもちろん、世界経済に大きな影響力を発揮する経済大国として浮かび上がっている。21 世紀の国際社会における中国の浮上は、既存の国際秩序を主導してきた米国をはじめ、周辺国にとっては不安の要素となり、いわば「中国脅威論」が台頭するようになった。

たとえば、ハンチントンはその著作『文明の衝突』で、「中国は、歴史、伝統、その領土の大きさ、経済的な活力、自己のイメージなどのすべてから見て、東アジアでの覇権を求めようとするだろう」と予測する [Huntington 1996 ; 鈴木訳 1998 : 347]。

最近の米中関係は多少改善の気味を示しているが、1990年代には実利をめぐってさまざまな葛藤関係を持ち、米国の中国に対する否定的なまなざしが日本と韓国をはじめ、東アジアの諸国における対中認識に大きな影響を与えた [愈 2009 : 20]。近代の百年の間、西欧と日本により屈辱の時期を過ごしてきた中国が、近年の経済的な急成長を通じてかつてアジア文明の中心として地域内諸国の上に君臨していた、過去の権威を取り戻そうとしているといった周辺国の不安に加え、中国の中華主義の世界観や民族主義の強化は一種の覇権主義と捉えられ、「中国脅威論」の背景となったのである。

このように、東アジア地域における米国の介入も、いっそう東アジアの情勢を複雑にする。現在、米国との関係を維持しながら東アジア地域における立地を高めようとする日本は、中国を牽制して当地域における自らの勢力を維持するという、米国と共通する趣旨を持っており、今後も米・日対中国という構図で地域の覇権を争う均衡の情勢が到来する可能性が大きいと思われる [金泰憲 2007 : 145]。

だが、経済統合と既存の対米関係を中心としながら、東アジア共同体内で主導的な役割を演じようとする日本の意思は、日本の牽制の対象である中国にとっては、同様に警戒の対象となりうる。また、過去日本の帝国主義の侵略を経験した韓国としても、近年の日本の右傾化に対する危惧を示しながら、日本が「大東亜共栄圏」の構成をふたたび可視化し、米日安保条約をもとに東アジアにおける立場を強化すると警戒する [ベック 2005]。

一方、中国と台湾との葛藤関係も東アジアの歴史問題から起因する域内摩擦の一つである。中国共産党と国民党の間の中国内戦からはじまった、中華民国と中華人民共和国の間の政治、歴史、文化、外交をめぐる諸対立問題は、両者間に米国の国家利益もからまって、武力衝突の可能性を潜めた、東アジア地域内の重要な安全保障上の問題である。

また中国は朝鮮半島に対しては、自らの影響力を拡大しようとする。このような認識は、朝鮮半島を足場として東アジア地域に対する支配権を模索するというよりは、米・日の外交戦略に対する対応として解釈できる。中国は伝統的に朝鮮半島を自国の勢力範囲として見なしてきたが、共産政権の樹立以後は、北朝鮮を自らの安全保障に対する緩衝時代として認識した。1990年代から、米・日体制対中国間の競争が深刻化するにつれ、中国の安保戦略における朝鮮半島の重要性も増大してきた。朝鮮半島の南北両国との関係においては均衡を取ることを原則とし、半島全体で中国の影響力を維持することが、中国の対朝鮮半島政策の基本方針である [キム 2008 : 48]。中国は朝鮮半島が自国と対立関係である国の勢力圏に編入されることを望まない。このような中国の対朝鮮半島認識は、韓国の対中認識に影響を及ぼす。中国の高度成長は「韓国が東アジア地域内の立地を高めるためには中国に依存する必要がある」という現実を認知させながらも、他方で中国の勢力拡張は、韓国の今後の外交戦略樹立において、強力な同盟関係の構築に対する期待が増大すると同時に、

新たな危険性の登場といった脅威ともなるのである。

朝鮮半島（韓国では韓半島）は、1945 年日本の敗戦によって植民地支配から解放を迎えたが、米ソの占領軍によって南北に分断され、1950 年には朝鮮戦争（韓国では韓国戦争または、6・25 冬乱）を経験して以来、自由民主主義と共産主義の両理念間の敵対的な対置状態が長年にわたって当地域の冷戦構造を続けさせてきた。いまだに南北は休戦状態であって朝鮮半島は常に戦争勃発の可能性を潜めているが、北朝鮮の核実験問題や拉致問題⁽³⁾などの国際摩擦は朝鮮半島内の南北問題であるだけでなく、周辺諸国をはじめとする国際社会の脅威となり、米ソで代表される東西冷戦の終焉以後も、当地域では軍事対立といった緊張状態が続いている [愈 2009 : 25]。

いずれにせよ、東アジア地域内の諸国間の葛藤や対立は、主に過去の歴史問題から起因するものであり、これらの歴史問題は場合によって領土問題にまで拡大し、ときに武力衝突のような深刻な外交摩擦にまでエスカレートする。これらの東北アジア諸国間の歴史問題や外交摩擦などによる葛藤・対立のありようから、東アジア地域における真の意味の協力共同体を形成することは決して簡単ではない。そもそも「アジア」を規定する地理的境界は、最初から外部（西欧側）のまなざしによるものであり、西欧のヘゲモニーによる冷戦の産物といった限界を持つ。つまり、「東アジア」を一つの地理的実体として規定することで、その地域に存在する民族・国家間の多様性が無視されてしまう危険性が生じる [イ・ドンヨン 2006 : 55]。ヨーロッパの統合から見られる各国の国民間の共同体意識や連帯感は、東アジア地域には当初から存在しなく、各々の国はそれぞれの歴史展開を通じて政治・社会面における観点の差異や、経済水準の格差を見せるだけでなく、相互間の複雑な歴史葛藤を経験しているのである。

よって、イのような文化研究者は、「民族と国家」中心の地理的境界や「緊張と葛藤」の政治的境界という近代的パラダイムを変える対案として、「文化」地理的・「文化」政治的境界への模索を提示する [イ・ドンヨン 2006 : 58]。東アジアの政治・地理的境界を脱境界化し、文化交流を通じて新たな連帯が求められている。

3.2 東アジアの文化共同体の疎通手段としての韓流

域内共同体をめぐる議論がさまざまな側面から進められた結果、東アジア地域の諸国間の葛藤関係を抑え、純粋な共同体が機能するためには、文化の要素を強調する「文化共同体」の必要性が台頭するようになった [李恩恵 2007 : 25-26]。

地域共同体形成の前例であるヨーロッパ統合においても、1990 年代に入ってから経済中心の統合政策の限界を認識し、文化的考慮を通じた統合戦略を採択した。そのような政策は、1993 年のマストリヒット条約の発効以後、本格的に制度化された。当条約では、ヨーロッパ共同体が国家及び地域単位の文化的多様性を維持しながらヨーロッパ地域の統一性を模索すること、会員国間の文化協力を促進・支援し、国際社会の文化関連機構とも協力

を推し進めることなどを主要な内容としている。その具体的な推進事業として、カレイドスコプ事業 (Kaleidosdope) という芸術創作活動への支援事業、ラファエル事業 (Raphael) という文化遺産の保護事業、アリアン事業 (Ariane) という書籍の出版や読書及び翻訳事業といった三つのプロジェクトを行った。2000 年にはこれらの事業の問題点を解決して発展的に統合し、言語、文学、公演芸術、視覚芸術、建築、工芸、映画及び放送などの多様な分野のプログラムを支援する「文化 2000 事業 (Culture 2000)」に着手した [キム・ピルグック 2006 : 21-23]。

東アジア地域の協力体制を構築する議論においても、上記のようなヨーロッパ統合の過程から現れた文化政策の役割と効率性に注目し、効果的な文化政策が相互疎通と排他的ナショナリズムの克服を通して東アジアの地域統合を加速化すると期待を寄せる [ジュ 2010 : 68]。

一方、文化共同体の構想から見られるような、国家間の政治摩擦の緩衝役割として文化の力に期待をかけるのは、文化研究界に限る言説ではない。前述したように、1990 年代から文化の重要性が強調され、既に世界諸国は、21 世紀が文化の世紀になると予測していた。国際政治の場においても文化交流を通じた相互理解の増進が外交摩擦を効果的に抑えるという認識が高まったが、東アジアにおける文化共同体をめぐる議論もそのような世界情勢の反映であった。

2003 年 11 月、ソウルで開催した第 1 回東アジア共同体 (EACOS : East Asia Common Space) フォラムに参席したジェレミ・リプキン (Jeremy Rifkin) は、「文化が中心であり、経済行為はその副産物である」とし、「21 世紀はインターネットを通じて世界中がつながるネットワークの時代であり、このような時代には相互信頼のための文化交流が重要である」と述べ、東アジアの統合のためには、ヨーロッパ統合の前例のように、文化交流が重要である点を強調した [李 2007 : 30]。

だが、ヨーロッパ統合の基準を東アジア地域に同じように適用することはできない。たしかに東アジアは 19 世紀までは中国を中心とし、中華思想や儒教理念による連帯意識が存在していたが、西欧文明との接触の仕方の違いによってその連帯意識は徐々に弱化されていった。言語や宗教、政治や文化まで、さまざまな側面で共通性を持つヨーロッパの統一に比べ、東アジア地域共同体の実現は容易ではない [光田 2010 : 361-365]。もちろん、ヨーロッパの地域内もさまざまな側面の多様性が認められ、地域紛争と国家間戦争のような摩擦関係も存在してきたのだが、絶え間ない交流と接触を通じて、ギリシャ・ローマ文明やキリスト教のような、共通の要素がその地域社会の共通の基盤として存在したのである。

東アジアにおいても、地域内の葛藤要素を解除するために持続的な交流と接触を通じて相互親密感を構築し、共通の価値を持つことが求められる。そして、近年の東アジアにおける韓流現象の人気や波及効果を高く評価し、韓流受容者間の越境するネットワーク形成に注目した韓国の文化政治分野では、韓流の力が東アジアの地域共同体を構築するという

議論、その共同体の中での韓国の役割をめぐる議論が活発化している [チェ 2006 : 53]。

たとえば、歴史学者キム・ギボンは、東アジアのアイデンティティのコードとしてもっとも頻繁に言及されるのは「文化」であるが、脱近代の意味を内包する「東アジア」をめぐる共同体の構想の前提は、中華思想に代表される近代の文化秩序から脱することであると論じる。そして、その近代的な文化秩序の再編成の兆候として近年の韓流現象に注目する。中国から始まった韓流は中華思想で代表される前近代的な文化の伝達方向を覆した文化の逆流であり、日本でも韓流が起きた点から単純に先進的な消費文化を後進地域に輸出する一方的な脈絡とは限らないとし、韓流のありようが自発的な文化連帯の可能性を示していると評価する [キム・ギボン 2006 : 94-95]。

海外受容者の韓流商品への接触が、韓国に対する親密感を増大させ、韓国全般に対する認識に肯定的な効果を及ぼしていることは、財団法人韓国放送映像産業振興院や韓国文化観光研究院などのような政策機関や多くの研究者の調査から明らかになっている。一般に他民族や外来文化に対する接触の増加は対象への理解と共感をも深めるが、韓流現象から見られる大衆媒体への接触や文化商品の消費による認識の変化が韓国社会の注目を集めている。そして韓流受容による東アジアの人々における韓国に対する親密感の形成は、韓流と東アジア共同体の形成を結び付ける議論において、その可能性について肯定的な展望をもたせる根拠となり得る。

事実上、韓国において東アジアの中心国家を目指す議論は 1990 年代から続いてきた。2001 年 1 月金大中政権の時期に、韓国政府は「韓国を東北アジアビジネスの中心国家として育成する」という基本構想を発表したことがある。シンガポールや台湾との経済競争、中国の急成長の脅威のなか、韓国の地政学的位置が韓国経済の否定的要素となりうるという憂慮から台頭したこの言説は、経済交流の活性化がその主要アジェンダとなっていた。前述した韓国の国家ブランド化のスローガンであった 2001 年の「Dynamic Korea」を、2002 年のサッカーワールドカップ大会の開催以後は「Dynamic Korea - Hub of Asia」に補強したこともあり、東アジアの中心国家を自称する言説をよく目にするようになった。ヨーロッパ連合の本部を小国ベルギーが誘致したことが韓国に希望と自信を与えた結果、韓国の地政学的位置を活かして日・中両国の仲裁役割、東アジアのハブ（中心）国家を演じるという言説が政府や経済界、学界などから提議されるようになった [チェほか 2009]。そして、金大中政権を継ぐ盧武鉉政権も発足と同時に、「東北アジア中心国家の建設」という新たな政治ビジョンを提示し、朝鮮半島を中心とした東北アジアの政治・経済均衡を造成して東北アジアの平和共同体を構想するという趣旨を表明した。ここにおける中心国家とは、東アジア地域の覇権を追求するのではなく、中国と日本をつなぐ、いわば架け橋役を演じることを意味していた [キム・ギボン 2006 : 93]。

それにもかかわらず、以上から見られる韓国における東アジアをめぐる言説は、「中心国家」という言葉が他国の拒否感をもたらすという懸念や、果たして中心国家となる必要充分条件を韓国が保有しているのかに関する疑惑など、さまざまな批判と反論を呼び起こし、

机上の空論化するようであった。しかし、韓流が中国や日本をはじめ、東アジアのほぼ全域で高い評価を受け、その政治的機能の効用性が検証されたことに刺激され、あたかも韓国が東アジアの文化共同体の中心としての役割を果たすという期待が高まったのである。

韓流現象により東アジア地域で国際的イメージを一新した韓国は、中国や日本のような大国ではないが、その点がむしろアジア地域の小国にとっては親近感をもたらしているし、過去植民地支配を受けた経験による被害国家の間における共感が逆に東アジアの文化共同体を主導するにあたって有利に作用すると力説する。たとえば、「2004 年文化産業白書」では、東南アジアの諸国はこれまで米国や日本の文化商品に対し、扇情性や暴力性のみならず、それらが持ちうるイデオロギー的特性を警戒してきたが、その背景には「文化的異質性や過去の植民地侵奪及び戦争の記憶など」が存在すると書かれている。反面、韓国の大衆文化は、「東南アジア諸国との間に歴史摩擦のような否定的な背景がなく、違和感が少ない点、また、近年のオリンピックやワールドカップなどを通して親しくなった韓国の国家イメージなどの要因によって、相対的に拒否感なく受け入れられた」とし、韓国の歴史的背景から受容地域における韓流形成の要因を説明している〔文化体育観光部 2005 : 149〕。

ほかにも、東アジアの地域共同体と韓流を結びつける文化研究の議論では、東アジアにおける日本の歴史問題や中国の覇権主義のような否定的な側面を、韓国の場合と対比させる傾向が多くみられる。

東アジアの文化共同体をめぐる議論の活発化にしたがい、日・中・韓の 3 か国は、東アジア地域内で自国の実利を追求するため、自国の文化産業育成政策を展開してきた。日本の場合には、1980 年代の半ばからマンガやアニメーションが世界的に評価を受けはじめ、1990 年代にはゲーム、テレビドラマ、J-Pop など大衆文化の諸ジャンルがとくに東アジア地域を中心に流行って、徐々に欧米を含む世界中に広がっていった。元々日本は自国の文化産業に対しては徹底して市場や資本の論理に任せ、干渉はもちろん、国家の介入を避ける姿勢を維持してきたが、1990 年代のバブル崩壊を経て、経済成長を牽引する目的で文化メディア産業への奨励政策に取り組んだ〔大石 2008 : 19〕。2000 年度に「高度情報通信ネットワーク社会形成基本法」の制定から、2001 年 IT 基本政策を扱う「e-Japan」戦略の発表、そして「文化芸術振興基本法」の制定を経て、2002 年には「知的財産戦略本部」の設置と「知的財産基本法」の発表に至るなど、2000 年代に入り大衆文化産業の育成と関連したさまざまな基盤を構築し、政策目標を設定した〔財団法人韓国文化産業交流財団 2011〕。

これらの政策は、文化産業を育成・発信し、日本の国家ブランドの構築や国家イメージの向上を図るものであったが、日本の歴史的出来事は常に日本の文化的ヘゲモニーを低下させる要因として残されている。戦後の長い間、日本は東アジアにおける自国との過去問題に対する記憶を意識した結果、国家主義や民族主義を前面に立てることを避けてきた。岩淵功一は 1990 年代日本の大衆文化が「日本らしさ」を最大限排除した「文化的無臭性」によって、かつて日本との歴史的摩擦があった東アジアに受容されることが可能であったと分析した〔岩淵 2001 : 30〕。このような意識が現在も続いており、ベックは日本の大衆文

化が「脱色した国家主義と商業主義の結託で、密かに東アジアを制覇しようとしている」と指摘し、中国や韓国の攻撃的・積極的な文化民族主義の性向と対比を成している〔ベック 2005 : 297〕。このように、東アジアの諸国、とくに韓国や中国のように過去の帝国主義による被害国家において、「過去問題」や「歴史認識のズレ」は国際社会における日本のイメージに対して否定的な影響を及ぼしている。

一方、中国も 1979 年の改革開放政策の施行以後、市場経済体制の導入と西欧資本主義の浸透、経済成長に伴う文化需要の増大といった国内事情だけでなく、文化産業の重要性がますます増加する国際社会の流れに刺激され、文化産業市場に参画しようとする動きを見せる。中国が急速な成長を果した後、その莫大な力をどのように行使するかが国際社会における関心（憂慮や警戒）の対象になると、中国は国際社会における反中国の世論を払拭し、友好的な国際環境のなかで東アジアの主導権を握るために、文化の力に目を向けはじめた。文化的中華主義の拡張戦略である。だが一方では、1992 年の本格的な社会主義市場経済の時代が到来するにつれ、社会主義がイデオロギー的な統治力を失い、伝統に入れ替わる新たなイデオロギーの必要性が台頭した結果、中華民族に訴える民族主義が盛り上がってきた〔ワン 2009 : 33-34〕。市場開放の結果、西欧文化の流入に刺激され、文化保守主義の性質を持つ民族主義は民族統合の有効な手段となっており、中国政府は 21 世紀における中華民族の偉大なる復興を目指して、儒教思想など中国の伝統文化の復元と海外伝播を図っている〔ワン 2009 : 42〕。最近、中国 CCTV8 で史上最大規模の制作費用を投資して話題となった総 58 部作のテレビドラマ『漢武帝』は「中華民族精神の発揚」や「愛国主義の精髓」、「英雄叙事詩」などの激賞を受け、国内視聴者の中華意識、大国主義を高揚している。ベックはこのドラマを指し、国家主義と文化産業で世界史の中心に帰還しようとする中国の 21 世紀に対する欲望を表した代表的な事例であると語る〔ベック 2005 : 295〕。

中国は、新たな文化「中華主義」を目指し、かつての中華中心の国際秩序への回帰を図っているように見られる。2002 年から文化体制改革を通して、日本や韓国に対して後れている大衆文化産業の各種規制を緩め、海外進出を積極支援するなど、文化産業を国家重点改革事業として推し進めている。だが、東アジアの国際舞台においては、中国の場合も侵略や干渉という歴史問題から自由ではない。日本に対しては中国の場合も帝国主義・植民地主義の被害者の立場であるが、過去の中国は、韓国、ベトナム、インドネシアなどの国々と直接侵略や戦争、干渉の歴史があつて、とくに、インドネシア、マレーシアなどの東南アジア地域では現代においても共産主義の浸透や中国系ディアスポラの流入を強く警戒⁽⁴⁾しているように見られる〔イム 2004 : 54〕。結局、近年では東アジア地域において中国が巨大な輸出市場として重要な交易相手国になりつつあつても、東アジア諸国の記憶に刻印された歴史的摩擦や葛藤関係の問題は、中国の覇権主義に対する警戒意識を招き、いわば「中国脅威論」がある程度認められている様相である。

韓国の場合は、日・中両国に比べ、帝国主義や覇権主義の嫌疑から自由である。ベックは、これまで文化的に不平等・無秩序であつた東アジアの地域に、韓流をもって、真の意

味の文化の享受や地域の平和を目指し、地域内の文化的な多様性を保持しながら相互文化の疎通の経路を作り出すべきだと力説しながら、米国文化の覇権主義や中華文明の華夷関係のような一方的・不平等な関係作りと韓流との差別化を強調する〔ベック 2005 : 45〕

冷戦時代のベトナム参戦の場合を除けば、韓国が持つ対外関係の歴史とは常に被害者としての記憶である。そのような認識は古代から近・現代までの歴史を通じて続く。冷戦後の多極体制の下、中国や日本、そしてロシアのような強国と隣接した韓国において、東アジアの地域共同体を作るという諸議論では、過去日本と中国という東アジアの二大強者に地域的に挟まれて常に侵略や脅威を受けてきた半島国としての歴史を思い出すかのように、主に外勢からの脅威や国家安保に関するものが主流を成していた。

ところが 21 世紀に入ってから東アジアの地域共同体の形成をめぐる議論のなかで、韓国は、東アジアの中心国家としての役割を力説するようになった。日本と中国が東アジア地域の覇権をもって競争しているなか、経済規模や国際社会における影響力の面では多少後れている韓国にとって、文化の世紀である 21 世紀の韓流現象は、東アジアという国際舞台の場で韓国の立場を保障する生存戦略として立ち現れたのである。だが、受容者の能動的な選択による自然発生的な文化疎通であるべき韓流が、域内協力や平和構築のために文化共同体の架け橋の役割を演じるという名目の下で、もっぱら国益を確保する手段として活用されるとき、文化疎通としての意義を失う危険性が存在する。

4 文化外交と韓流

4.1 「ソフト・パワー」と文化外交

21 世紀の国際社会における文化の重要性は、各国の政府や政治団体のみならず、産業界や学界においても注目を受けている。国際社会で韓流を国家利益の確保のために活用しようとする趣旨を持つ韓流議論のうち、最近、文化政治の分野で活発に議論されるのが、韓流と公共外交及びソフト・パワーとの連携である。

ソフト・パワーとは自国が望むことを相手の国が自発的に望むようにさせる力で、初めてソフト・パワーの概念を提唱したのは、ナイである。ワン・ゲンのまとめを借りれば、ナイは 1990 年の著作『Bound to Lead : The Changing Nature of American Power』でソフト・パワーの概念を紹介した。その後もナイは、『The Paradox of American Power』(2002)、『Soft Power: The Means to Success in World Politics』(2004)、『Power and Interdependence』(2005) など、次々と関連書籍の出版を通してソフト・パワーの概念を整理してきた〔ワン 2009 : 14-15〕。

ソフト・パワーに関するナイの議論を見れば、他人の行為に影響を与え、自分が望む結果を得る能力をパワーとするが、これを国と国の関係に適用したとき、ある国が持つ魅力によって自国が望む結果を自然に得る能力は無形のパワーと関係があり、ナイはこのよう

な部分をソフト・パワーと命名した。ソフト・パワーは、強制する力でなく、自発的に自分の意志の同化させる能力であり、これは、軍事力や経済力を通じた補償と制裁のような強制力、つまり物理的で有形のパワーであるハード・パワーと区分できるとした。そしてナイは、ソフト・パワーを構成する重要な源泉として、文化と政治的価値観、そして合法的で道徳的な政策などを挙げる。ある国の文化が普遍性を持って、他国にとって魅力的に映れば、共通する価値と利益を求める際に他国の自発的な協力が得やすく、政府が示す価値観、たとえば、民主主義、自由、平和と人権保護などは他国の政治指導者にも影響を与え、その価値観をもって他国を惹きつけることができればソフト・パワーの源泉になる。それゆえ、国際的な正当性を有し、他国から尊重される政策の展開によって、国のソフト・パワーを高めることができるという[Nye 2004 ; ホン訳 2004]。

だが、ハード・パワーとソフト・パワーは完全に分離した概念ではなく、相互に関連する。強大な軍事力や経済規模を持つ国は、他国を圧倒するハード・パワーによって国際社会でその位置を高め、他国を惹きつける場合がある。ハード・パワーとソフト・パワー両方において世界唯一の強国と認められる米国の存在は、その代表的な事例である。ハンチントンも、ハード・パワーという基盤があつてからこそ、ソフト・パワーが国のパワーになり得ると論じる。ただし、強大な経済や軍事面でのハード・パワーが自国への自信を高めた結果、ときに傲慢さを助長し、自分たちの文化やソフト・パワーがほかの民族のものに比して優れているという思いを強めることもあり得ると指摘する[Huntington 1996 ; 鈴木訳 1998 : 132]。それに対し、ナイは、ハード・パワーとソフト・パワーが互いに関連しあっていることを認めながらも、ソフト・パワーが必ずしもハード・パワーに依拠するのではないという立場を示す[Nye 2003 : 61]。ハンチントンが言ったとおり、ある国が強いハード・パワーを持っているならば、ソフト・パワーを発揮するとき有利にはたらくのは事実であろうが、ハード・パワーの保有に比べ相対的にソフト・パワーが弱い中国や旧ソ連のような国があり、ハード・パワーに比べ、相対的にソフト・パワーの強いイギリスの実例から見られるように、必ずしも両者が必要充分条件になることではない。このような事実は、韓国をはじめ、強大なハード・パワーを保有していない国々において、ソフト・パワー戦略に対する肯定的なまなざしを抱かせるようになると思われる。

さて、上記の事例から見られるように、ソフト・パワーの概念は、不明確な点が多く⁽⁵⁾、実際の国際政治の場で理論のとおり運用することも難しい。ハード・パワーとソフト・パワーの区分や関係においても、さまざまな意見が存在しており、世界の各地から見られるソフト・パワーを構成する要素やそれらの優先順位を決める認識も異なる。それでもナイが提示したソフト・パワーの概念は、国際社会における本国の地位を認識するにおいて新たな視覚を提供した。ソフト・パワーをめぐる議論と研究は、ナイのほかにも、多くの研究者や政治家によって展開してきた。各々のソフト・パワーに対する定義には多少の観点の差が存在するものの、ソフト・パワーが表す意味や、ソフト・パワーが国家の国際競争力の重要な構成要素になる点では共通する[ワン 2009 : 16]。

また、ソフト・パワーをめぐる議論から共通に見られるのは、ソフト・パワーを構成する重要な資源として、「文化」を強調する点である。ソフト・パワーの議論は、21 世紀における文化や文化産業の重要性を力説した多くの他議論とともに、世界諸国の文化に対する関心や重要性を高める契機となった。前節で述べたように、東アジアにおける文化共同体の構想や、文化の力を利用して国際政治の場で有利な立場を確保し、国家利益を増進しようとする一連の動きは、ナイのソフト・パワー論と深い関連があると言える。軍事力や経済力のようなハード・パワーが国力を測る主な手段であった過去に比べ、21 世紀では相対的にソフト・パワー、とりわけ文化の価値と効用性が注目を集めている。軍事強国は他国にとって警戒の対象となるが、文化大国は他国にとって憧憬の対象となる。したがって、近年では、国家の外交政策においても、文化を重視する傾向はますます増えている。

文化交流を主要手段とする外交方式は「公共外交 (Public Diplomacy)」とも言われるが、公共外交は、メリセン (Jan Melissen) の定義を借りれば、国民の利益を増大し、価値を高めるために、他国の国民と直接的に関係を結ぶ過程を意味する。対民外交である公共外交は、他国の大衆を操作するプロパガンダー (Propaganda) 活動と区別される⁽⁶⁾が、国家以外にも海外大衆と疎通する全ての活動を意味し、透明性や超国的協力関係を重視する [Melissen 2005 ; パク, パク訳 2008 : 44-45]。文化関連団体や、文化産業界、芸能人、そして一般大衆までを含むさまざまな行為者が超国的ネットワークを形成し、そのような連携が国家イメージや国家利益に影響を与える。過去の伝統的な外交での国際交流は、国家間、または国家の代表者間の関係を意味していたが、もはや国際交流は必ずしも国家レベルで行われることではない。公共外交では、他国の一般国民 (大衆)、非公式的団体や機構をも外交の対象とし、非政府部門の文化交流⁽⁷⁾が外交業務の重要な位置を占め、文化は公共外交のもっとも重要な要素となる [Melissen 2005 ; パク, パク訳 2008 : 59-61]。したがって、公共外交は、文化外交としての側面を持つ。

たとえば、ハン・スンジュは、公共外交のもっとも効果的な方式は文化外交であると論じるが、その理由として、文化を通じた外交は広報や宣伝と異なり、具体的な思案に対する説得が目的でなく、説得のための基盤自体が形成できるからであると述べる [ハン 2006]。また、他国の大衆との友好関係を重視する公共外交は、その国のソフト・パワーを増大させる重要な手段となる [Melissen 2005 ; パク, パク訳 2008 : 35]。ソフト・パワーと公共外交 (文化外交) は互いに手段と目標となり、文化を重要な資源とする共通点を持つ。

よって、政策機関やもちろん、文化政治に関わる研究分野では、文化が持つ親密性を活かし、政府のみならず民間部門も主体となって韓国の魅力を海外に知らせることで韓国の国際競争力を高めるといふ、ソフト・パワーと文化外交の議論に近年の韓流現象を結び付ける試みを始める。

4.2 ソフト・パワーの資源としての韓流

ソフト・パワーや公共外交をめぐる議論では、文化政治や文化外交の側面を重視する。近年の韓流現象は、国際社会における韓国の威信を高めると評価されるが、韓流に関する研究や議論も、韓流の政治的機能に注目し、文化政治や文化外交と結び付ける傾向が強くなっている [イ・ジンヨン 2006 ; チェ 2006 ほか]。ソフト・パワーの概念自体は 1990 年代からさまざまな関連研究や出版書物を通して韓国内に紹介されたが、日本における韓流ブーム以後、韓国の国家イメージと関連してさまざまな波及効果が明らかになって以来、韓流は、韓国のソフト・パワーの重要な資源になり得ると期待が高まっている。

韓流をソフト・パワーに結び付ける議論では、もっぱら韓流が国益を増進することを強調する。韓流は関連産業への効果が大きいだけでなく、韓国の地政学的位置を生かし、韓国の優秀なソフト資源が活用できる分野であるため、韓流を戦略サービス産業として育成すれば、韓国のソフト・パワーが高まり、国際社会の中心になり得ると論じられる [ユほか 2005 ; チェ 2006 ほか]。

一方、これらの議論において、韓流がソフト・パワーの機能として注目されるもっとも重要な要因は韓流の政治的効果であるが、韓流の受容国家における対韓認識の向上が主な根拠となっている。

たとえば、韓流の主な受容国家である中国や台湾では、若者の間で韓流にはまった人を指す意味で「哈韓族⁽⁸⁾」という言葉が使われるほど、韓国の文化商品を消費し、韓国芸能人のファッションやスタイルを真似する人も多い。とくに台湾は中国と韓国政府の国交樹立を契機として 1992 年から交流が断絶されていたが、韓流現象によって反韓感情がだいぶ収まったと言われる [韓国文化観光研究院 2005a]。

ベトナムの場合、1960 年代末を前後としたベトナム戦争のときに、韓国軍が参戦して現地軍と交戦して歴史がある。それ以来の約 30 年間、ベトナムの人々が韓国に対して連想するイメージとは、主に戦争、軍隊、軍事政権、貧しさなどのような否定的なものであった。その間、韓国政府がベトナム市内に学校や病院を建設しても、サムスンや LG のような、韓国の大手企業がベトナムに進出して市場占有率を上げて、韓国のイメージが改善することはあまりなかった。このように長く維持されてきた否定的な韓国のイメージを、肯定的で親密なイメージへと変えたのは、韓国のテレビドラマ、韓流の人気であった [ユほか 2005]。

韓国の国家イメージの向上や韓国人に対する感情の改善と関連し、もっとも注目を受けるのは日本における韓流現象である。文化商品の輸出増加や観光産業の好況など、日本の韓流現象がもたらした経済的効果も注目に値するものであるが、ペ・ヨンジュンで代表される韓流スターの人気や、それが波及したさまざまな社会現象は韓国の韓流言説に多くの話題を提供した。日本における韓国人のイメージの向上をめぐっては、ヨン様一人が駐日大使 100 人もできなかった成果を挙げたと評価される [ユほか 2005]。韓国政府は、2004 年 10 月の日本の内閣府の調査結果を持って、韓国人に対する日本人の好感度の急増が明らかになっているとし、日本における対韓認識の変化をめぐるありようは、韓流のもっとも重要な成果として評価している [韓国文化観光研究院 2005b]。

上記の事例から見られる韓流の政治的効果は、経済的価値で換算できるものではない。既に韓国は1980年代に一定の経済成長を果した。しかし、経済規模に比べ、国際社会における韓国の認知度が低く、海外における韓国の国家イメージは主に否定的なものであった。国家イメージと関連する各種調査によれば、過去の否定的なイメージが韓国の国家イメージとして固着し、輸出や観光などの経済活動だけでなく、外交などの対外活動においても不利益が多かったという〔ユほか 2005 : 160〕。ようやく、韓流現象によって韓国は海外に存在感を示すことが可能となり、過去の否定的なイメージを払拭し、外交関係においても肯定的な成果を上げるようになった。韓流が韓国のソフト・パワーの重要な資源として評価される背景には、これらの政治的な効果がはたらいっているのである。

韓流は、そもそも文化商品の海外輸出や消費現象のような、経済部門からはじまった現象であるが、韓国の国家アイデンティティを代表するため、政治的性向を強く持つ。実際に、韓流受容者は韓流を消費しながら韓国の文化全般、経済水準、社会の価値観、ライフスタイルなどにも注目するという〔ユほか 2005 : 164〕。ソフト・パワーと韓流を結びつける関連研究や議論を見ると、東アジアの諸国における韓流の広がり背景には、韓国の大衆文化の中に民主主義の拡張や経済発展、近代化への成功などの普遍的価値が内在されており、これらを憧憬・模倣しようとする心理がはたらいっているという。もちろん、日本の場合は、韓国の近代化や経済発展による刺激の程度が相対的に弱いかも知れないが、韓国文化に内在された情緒、たとえば儒教的要素のような、アジア共通の価値が高く評価されたという〔イ・ジンヨン 2006 ; チェ 2006 ほか〕。

一方、韓流の消費は韓国の国家イメージの形成に直結するので、韓流は海外への韓国広報の効果が大きく、この点で、公共外交（文化外交）の有効な手段となり得る。

イ・スンミは、韓流が韓国のソフト資源である同時に、公共外交の主要資源になると論じるが、その根拠として、他国の大衆との疎通と理解を通して韓国に対する親密感を高めたことを挙げ、韓流が公共外交の核心機能を立派に遂行してと見なす。また、韓流はさまざまなメディアを活用して文化外交の役割を演じているが、韓流の海外受容が韓国の国家ブランド事業に肯定的にはたらくと評価する〔イ 2011 : 46-47〕。国家ブランドはある国家に対する他国の好感度や信頼度などを称する概念であり、公共外交は国際社会における国家イメージの評価を重視するため、国家ブランドは公共外交の重要な基盤事業となる。韓流が韓国の国家ブランドを引き上げ、他国の大衆から支持と理解を集めた点が、文化政治分野における韓流の評価をいっそう高める。

一連の研究から見られる、韓流を外交手段として活用しようとする議論は、今韓流が海外で発揮している「文化の親和力」を利用し、海外の大衆（韓流受容者）に韓国の魅力をもっとアピールできれば、自然に韓国の国際的地位が高まるという論理を持つ。このような議論のなかでは、韓流に対する国家レベルの強力な支援の必要性を強調する論者がいる。たとえば、韓国の文化政策を主管する専門家たちは、韓流を活用し、海外における韓国の魅力をいっそう増やすためには、現在の一部の大衆文化商品や芸能人に任せることより、

政府が積極介入し、国をあげた支援と戦略を体系化する必要があると力説する〔ユホカ 2005 : 164〕。

文化の力を国益の増進に活用するという議論は、韓国だけに行われているものではない。日本においても近年、文化産業やソフト・パワーと国益を関連づける議論が活発に行われている。今野茂充は、日本における一連のソフト・パワーをめぐる議論において、ソフト・パワーの概念に関する考察が不十分であり、日本の国益を重視する観点だけが先行しすぎている傾向が強いと指摘する。だが、このような問題点が日本に特有なことではなく、ソフト・パワー概念自体がそもそも曖昧で不明確な点が多く、厳密に運用することが非常に難しいからであることから派生してきたと述べる〔今野 2008 : 1-2〕。

韓国内の韓流とソフト・パワーを関連づける議論においても、主に韓流が海外で韓国に対する関心や親密感を増やしている事例を挙げ、韓流への支援が韓国の外交能力を拡大する近道であるかのような論調の一方で、実際に、韓流のいかなる機能や特性がソフト・パワーの源泉を増やすことにつながり、現在の韓流現象が韓国のソフト・パワーの増大にどれだけはたらいているかなど、具体的な調査と考察までには及ばない場合が多い。また、上記の今野が指摘したように、ソフト・パワーの概念に対する考察が不十分な場合も見られる。多くの議論では、あたかも韓流現象の拡張がソフト・パワーの増大に直結するような論調がよく見られるが、ソフト・パワーは単に文化の力を意味する概念ではない。もちろん、ソフト・パワーの提唱者であるナイ本人をはじめ、多くのソフト・パワーの議論で文化が重要な要素として挙げられているのは事実であるが、あくまで文化は、国のソフト・パワーの源泉を構成する諸資源の一つである。ソフトパワーの発揮においては、魅力ある文化以外にも、青木の言うように、国内の政治、制度や組織の透明度、集団や個人の置かれた状況、公正さの尊重や安全性などのあり方が重要な要素なのである〔青木 2011 : 217〕。

日本では、2003 年の「中央公論」に翻訳出版された米国のジャーナリスト（マッグレイ 2003 年）による世界における日本文化の「クール」度を示す GNC（国民総文化力：Gross National Cool）の高まりを論じる記事などがきっかけとなり、「クール・ジャパン」戦略といった、日本の大衆文化産業を育成し、国家ブランドを高めようとする議論が盛んになったことがある〔岩渕 2007 : 22〕。

クール・ジャパンとは、1990 年代イギリスのブレアー（Tony Blair）政権が推し進めた「クール・ブリタニア^⑨（Cool Britannia）」から借用した概念で、日本文化とりわけマンガ、アニメーション、ゲームなど、海外での好評を得ている日本の大衆文化ジャンルをさらに育成、海外進出を増やし、国際社会における日本の「クールな」イメージを拡大するという趣旨を持つ〔青木 2011〕。一方、日本の「ソフト・パワー」の伸張ともつながる「クール・ジャパン」政策の基調には、東アジアの文化共同体の構想で日本の位置を高める手段として機能するという期待があったが、日本の東アジアへの文化発信において、過去の歴史問題が常に壁として残されていた。岩渕は、ソフト・パワーの提唱者であるナイも、アジア地域における日本のソフト・パワーの増大において歴史問題が常に留保をつけてい

ると指摘したことを挙げ、ソフト・パワーは単に文化の即時的な活用を意味するのではなく、日本が過去の歴史に真摯に立ち向かい、アジア諸国の信頼を得ない限り、ソフト・パワーの源泉を有効に活かすことは難しいと論じる〔岩渕 2007：92-93〕。

岩渕の指摘は、韓国における、韓流を拡大してソフト・パワーを増大するという議論においても同じ脈絡から適用することができる。いかに韓流が海外で勢力圏を拡張し、韓国の大衆文化が世界中に韓国の存在感を広げるとしても、そのことが韓国が国際政治の場で有利な位置を占めることを保障するのではない。

韓流とソフト・パワー、そして文化（公共）外交を結びつける、近年韓国内で活発化しているこれらの研究の流れは、韓流の持続化、世界化、そしてブランド化政策といった、韓国政府の韓流支援政策と相まって、韓流に対する期待をエスカレートさせている。これらの動きを推し進めるのは、韓流を背負って文化の周辺から中心に移っていく韓国の民族自負心の高潮、そして民族主義の表出でもあろう。

5 文化政治の議論における民族主義的性向

これまで、近年の韓流研究分野の大きな潮流の一つである、韓流と文化政治を連携する議論のありようを概観した。繰り返しになるが、1990年代の脱冷戦、グローバル化と情報化の流れに沿って、文化の重要性を強調する議論が活発化した。東アジア地域でも、国家間の交流を超え、民間部門における交流が活性化するなど、文化交流の多次元化が進展し、また、日本の大衆文化に続く韓流の流行から見られるような文化の越境流動、国家間共同制作の増大など、文化発信の多様化・混成化が進んだ。その結果、文化は単なる政治・経済システムの副産物ではなくなり、政治軍事的葛藤や経済的競争を乗り越える新しい共有資産となり、文化交流は集団間・地域間の分裂と対立を緩和する手段として意味付けられるようになった〔李 2005：41-42〕。

このような背景を踏まえるならば、韓国における韓流研究の流れが、東アジア地域の共同体形成の主導的な役割やソフト・パワーの源泉、文化外交の広報手段など、文化政治に結び付けられ、議論化されるのは自然な状況であろう。だが、これらの議論において注意を払わなければならないのは、韓国の韓流議論から読み取られる民族主義的な要素の深化である。

韓国で行われてきた韓流に関連する研究の動向に対する分類や分析は、本章の初めに簡単に紹介したとおりであるが、韓流を見る観点、もしくは評価については、ウォン・ヨンジン（Wong Yon-jin）の分類のように、民族主義的観点、経済主義論、韓流警戒論、文化交流的観点の四つの観点に分ける場合もある〔ウォン 2005：184-207〕。まず、民族主義的観点によれば、韓流現象が韓国文化の優秀性に起因したと見なし、韓国文化が世界の中心になり得ると期待が寄せられる。次に、経済主義論は、新自由主義的な経済市場における無限競争を背景とし、韓流を「商品」として扱い、経済利益を極大化しようとする立場である。そして、韓

流を一時的流行に過ぎないと判断する韓流警戒論は、韓流に対して否定的なまなざしを向けるが、韓流が持つ資本としての性格を批判し、韓流を商業的国家資本主義の質の低い産物と見なす。一方、文化交流的観点では経済価値中心から離れ、文化交流と協力を重視しながら、米国中心の西欧の文化ヘゲモニーに抵抗する「アジア文化ブロック」の形成を強調する。

東アジアの文化共同体を構築し、韓流がその中心的な役割を演じるという議論は、一見、上記の四つの観点から選ぶならば「文化交流的観点」に近いものとして思われる。だが、韓流をもとに東アジアの文化共同体を形成するという議論では、「民族主義的観点」に近い要素が多く見られる。たとえば、韓流で東アジア地域の文化共同体を作るという議論からよく見られる、「家族主義をはじめ、アジア共通の価値、儒教主義と、洗練したグローバル価値が適切に混合された韓流が、東アジアの文化交流を通じて肯定的な相互認識の変化をもたらし、文化共同体形成の土台となる」といった認識などは[李 2007 ほか]、韓流の優越性を強調し、自文化中心の民族主義的な性向を強く感じさせる。そもそも、文化交流的観点自体は汎アジア主義的な性格を持つものであるはずだが、その文化交流と協力を主導するのが韓流の役割であると強調する様相は民族主義的観点と同様、自文化中心主義のほかならない。

もちろん、上記のウォンの分類法によって、韓流に関連する諸研究の性格を完全に独立した形で区分することはできない。韓流の経済的効果に集中する態度を批判する点では、民族主義的観点と韓流警戒論、文化交流的観点に共通するものであり、韓流を商品というより文化として扱い、海外交流を重視する傾向は、民族主義的観点と文化交流的観点が共通する。だが、民族主義的観点からよく見られる韓流に対する優秀性の強調は、実際には韓流の経済的効果から刺激される場合が多く、国家競争力を引き上げることを目標とする点では、経済価値の中心ではあるものの同じく国益を重視する経済主義論と一定部分が重なる。結局、このように韓流をめぐる観点や評価を分類するのは、各々該当する論点によって完全に区分される個別のものではなく、どちらを優先するかの問題であり、韓流警戒論を除くと、韓国における韓流議論の多くの場合が民族主義的要素を含んでいるといっ

てよいであろう。

とりわけ、日本のブーム以降から活発化している、韓流を持続し、世界に拡張しようとする韓国政府の議論や、学界の研究の動向は、民族主義的要素を強く表出している。これらの議論では韓流の育成のために国家主義の介入に賛成または、促求し、韓流現象の拡張を国家ブランドの向上、つまり国家経済の成長や、国家イメージの改善につなげ、大衆の支持に訴える。本章の考察対象であった、韓流をもって東アジア共同体を構成する議論でも、一見文化交流的観点から論理を展開し、経済価値の重視や民族主義的観点を批判するような側面が見られるが、その基底には韓国中心の自民族中心主義や民族主義的な性向が存在する。

ベックをはじめ、多くの文化研究者の韓流と東アジア共同体を関連付ける議論では、米

国の文化的な覇権主義に抵抗し、アジア諸国の文化アイデンティティを守るために、韓流を中心にアジア圏域の文化ブロックを形成すべきであると提案する[ベック 2005 ほか]。また、前述したように、東アジア地域の諸国が警戒する中国脅威論や日本の歴史問題を根拠とし、あたかも東アジアの文化統合を成し遂げる資格を韓国だけが付与されているような議論を展開する場合もある。

キムは、東アジアの文化共同体の中心がなぜ韓流でなければならないのかと疑問を投げかけながら、日本の作家、村上春樹の小説が韓国をはじめ、東アジア全域で読まれているにもかかわらず、彼の作品を中心に文化交流の可能性を語る研究がごく少ない点、韓国内の日本マンガやアニメーション、米国ドラマの受容が高いが、それらは東アジアの文化共同体をめぐる言説において議論の対象にならない点などを挙げ、もっぱら韓流中心の思考から論じる国内研究の傾向や東アジア関連言説の民族主義的な限界を指摘する [キム・グアンソク 2007 : 68-69]。

既出した金とのインタビューで、金も韓流と東アジアの文化共同体を結びつける議論について、現在、東アジアにおける韓流がもたらした共感の可能性を触媒として活用するまでにはいいが、その名称から韓国のアイデンティティを強く示している「韓流」をもって東アジアを糾合することは簡単ではなく、韓流という名称をもって東アジアの精神的な基盤を作るという発想は自文化中心主義に陥る恐れがあると指摘する [金泳徳 2011]。

たしかに、米国や中国はその覇権主義のため、日本の場合は過去の帝国主義を理由として拒否され、韓国だけが東アジア地域の主な文化発信国の中で上記の嫌疑から自由であるから、東アジア地域の文化共同体を先導するのは韓国の文化でなければならないという論理は、自民族・自文化中心主義にほかならない。また、韓流を中心として東アジア地域の互惠平等な文化交流を成すという議論自体、矛盾に満ちているのである。

そもそも 1990 年代以後、東アジアの文化共同体の議論が台頭した背景は、東アジア地域におけるナショナリズムの衝突が地域共同体の形成を妨害している状況であった。高麗大学の国際政治学教授であるヒョン・インテックは、21 世紀に入っても続いている東北アジアをめぐる各国の外交摩擦は非常に深刻な状況となっており、ヨーロッパが既に克服した諸問題が東北アジアではこれから始まったと指摘しながら、その原因として、日・中がアジア覇権を争う地政学的競争の影響、日本とアジア諸国との歴史清算の未解決、領土紛争、諸国の利害関係の対立、地域制度の不在、ナショナリズムの台頭を挙げている。とくに 1990 年代以降の東アジアにおけるナショナリズムの衝突については、新生国の新たな国家建設の過程でよく見られる現象が、現在東北アジアの 3 か国で強く感じられるといい、中国は経済新興国に上がるため、韓国は先進国として跳躍するため、日本は経済大国の地位を取り戻すため競争するから、各国のナショナリズムが強くなっていると分析している [『東亜日報』2005 年 4 月 28 日付]。

たしかに、東アジア地域は、非常に複雑な力学構図を形成しているが、それは過去の歴史摩擦に対する記憶が現代の政治的な葛藤として再現されるだけでなく、経済的な権益を

めぐる争いや文化的なプライドの角逐まで絡んでいるので、文化政策と文化交流の性格もナショナリズムによって歪められる傾向がある[李 2005:61]。東アジア文化交流の目的は、急変する世界情勢に対応できる東アジア固有の文化的な特性と力量を十分に活用・発展させ、具体的な生存戦略を構築すると同時に、より友好的で発展志向的な協力体を構成することである[韓国文化観光研究院 2003:7]。しかし、ナショナリズムによる弊害は、韓国の韓流議論においても例外ではないのである。

排他的なナショナリズムを抑えるためであった文化交流の提案は、文化的要素が国家競争力に及ぼす影響が増大するにつれ、自国の文化資本を保護し、拡大再生産しようとする日・中・韓の文化の領域における競争によって意義を失い、結局、日・中・韓の3か国は東アジア共同体をめぐる言説においても、常に文化的ヘゲモニー獲得のための競争を行っている。上記の韓流議論から見られるように、圏域共同体をめぐる相互利害関係の対立の中、依然としてナショナリズムの衝突が再現されている。

また、ソフト・パワーや文化外交などの文化政治をめぐる諸議論も、ナショナリズムの性向に基づいて展開される場合多く見られる。これらの言説の共通点は、前述したように、国益の強調である。東アジア地域における共同体の中心勢力になり得るという期待や、文化外交を通じてソフト・パワーを増大すると国際社会で有利な位置を占めるようになるという期待も、究極的には国家利益という目標に帰結する論理構造を持つのである。文化を政治手段として活用しようする一連の議論のなかでは、文化は結局国家に帰属するものとして見られる。

イは、ソフト・パワーが持つ自発性や親密性などの特性を挙げ、韓流が国家や政府資源で始まった強制的な力の行使でなく、民間レベルの能動的な受容によって始まった点、つまり自生的に発展した点がソフト・パワーの文脈で説明できると述べる[イ・ジンヨン 2006:9]。しかしながら、韓流をより効果的にソフト・パワーの源泉として活かすという議論の中で、イをはじめとする多くの論者は、国家レベルの文化政策や外交側面での多様な活用の提示が必要であると力説する。だが、大衆文化は大量生産と大量消費で流通されることから、生産者・商品・消費者の3者間で権力関係と疎外関係が発生する。社会の階層構造は文化に対する趣向構造に転移され、大衆文化は社会階層の支配様式を正当化するイデオロギー的特性を持つ[キム・ソンス 2010:327]。結局、外来の大衆文化の進出は、受容国家からみれば警戒の対象となり得る。このような大衆文化の属性を無視し、国家主義が介入すれば、韓流の持つ自然発生的でファンの能動的な文化実践としての意義をなくす危険性がある。

もちろん、これらの民族主義的な性向を持つ韓流研究のありようが、韓国における全ての韓流議論の動向を代弁するものではない。しかし、韓流の展開や発展にそって近年の韓流研究から徐々に表われてくる民族主義の強まりは、受容国家の文化ナショナリズムを刺激する恐れがあり、日本や中国の「反韓流」言説は、そのような危険性の反証である。

6 おわりに

韓流が東アジア地域の文化共同体の構築において、アジア共同のアイデンティティの形成に成功し、地域の連帯を創出できるかは、まだ結論づけることができない。東アジア地域における韓流の受容は、韓国文化の優秀性によるものではなく、東アジア共有の文化的コードがはたらいた結果であることは、多くの受容者研究から明らかになっている。

キムは、韓国が韓流のネットワークを通じて、自国中心の東アジア文化共同体が構成できるとしてはいけなさと警告しながらも、韓流が日本でも発生していることから、単に帝国主義的な文化輸出の脈絡から批判するのは偏狭な観点であり、文化の側面で韓国が東アジアのハブになり得る可能性を示したと述べる〔キム・ギボン 2006 : 96〕。

日本における韓流のブームは、文化が大きい市場から小さい市場へ一方的に流れるという、文化帝国主義や文化従属理論では説明できない、韓流の脱方向性を示すものであり、グローバル化と同時進行中のローカル化の一つの情景である。このような韓流をめぐるありようは、過去、東アジア地域で定型化していた文化の「序列化」や「一方通行」的な流れに転換をもたらした、互惠平等な東アジアの文化共同体の形成への可能性を示すものでもあった。日本における韓流のブームは、韓国の文化産業界に莫大な経済受益をもたらしただけでなく、韓国のイメージを改善する政治的効果をも発揮し、韓国の韓流に対する評価を一新する契機となり、関連研究の動向や議論の展開においても大きな方向性の転換をもたらしたのである。

しかし、一方では、長い間文化の周辺部⁽¹⁰⁾に位置づけられていた韓国が、ようやく文化の中心部に編入できたと見る観点も良く目にする。韓流初期の、中国や台湾、ベトナムなどの東南アジア地域に韓流が進出し、韓国の文化コンテンツ商品の輸出が増加していった時点で既に、韓国政府は「韓国は文化受信国から文化発信国へ変貌した」と、自国文化に対する自負心に満ちた声をあげていた〔ベック 2005〕。このような認識が日本市場での成功を通じて、メディアや関連研究、大衆にまで広がっており、韓流をめぐる議論の展開において民族主義的要素を強化する背景となる。

韓国政府は、韓流に対して、文化と産業の両面での活用を同時に試みている。韓流に対する文化面の活用では、韓国のソフト・パワーが大し、東アジア地域の中心国家になるという政治的な目標を持つ。産業面の活用では韓流を支援し、国家ブランド価値を引き上げ、経済的な収益を拡大することを目的とする。これらの両側面に対する政策の展開には、多くの韓流研究が同じ文脈から基調を共にしているが、実際に、これまでの韓国政府の韓流関連政策は、文化交流の強化より、輸出振興に重点を置きがちであった〔キム・ホンシク 2006 : 205-206〕。

近年、政治や経済中心から文化へとパラダイムが移っている様相は、文化の「親密性」や「同化」の力に起因する。ソフト・パワーに関する議論においても、そのような文化の特性に基づいており、国際社会の注目を受けている。しかし、韓流の展開に沿って韓国社

会の自国文化に対する認識は大きく変化し、最近の韓流議論では、海外の韓流現象を通してもっぱら韓国の国家アイデンティティを強調し、自民族中心主義的な思考に満ちている傾向が強い。これまでの韓流現象が東アジア地域の文化ネットワークの形成の契機を作り出したと評価されているのは否めない。だが、自文化の一方的な伝播を図るとか、経済利益のみを追求することなど、相互受容を無視したまま国家主義や民族主義を全面に立てる態度は、真の意味の文化交流の雰囲気にも水をさすだけである。

ナイは、ソフト・パワーの影響力は自然発生的なもので、偶然に左右される傾向が強いと明言した〔Nye 2004；ホン訳 2004〕。能動性の強調、真の意味の協力を目指すソフト・パワーを、強制性によるハード・パワーと対比を成すための説明である。

韓国がソフト・パワーを増大するために、政府の韓流政策において、金大中大統領執権期の文化産業支援政策に対する政策基調のように、「支援は行い、関与はしない」態度が必要である。政策だけでなく研究分野においても、国内だけでなく、東アジア諸国間の市民社会の文化的連帯を構築するためには、「韓国ブランド」を全面に立てる国家レベルの振興より、国籍にこだわらない「開かれた」文化交流の場への模索がもっとも有効であろう。

第五章 韓国メディアにおける韓流に関する報道の議論

1 はじめに

1990年代の韓国メディアにおける大衆文化交流に関する議論で、もっとも敏感な懸案は主に日本大衆文化の韓国流入に関する賛否両論であった〔チャン 2010 : 224-226〕。

グローバル化の顕著とともにない、国際化や開放化の趨勢に逆らうことのできない当時の状況では、日本文化に対しても閉鎖よりは開放を前提とした制度的対応を模索する必要性が政府機関からも出ていた。また、情報通信技術の進展を媒介とし、海外文化に対する異質感をなくしつつある韓国社会の受容環境を考慮しても、海外商品の流入を制度的に統制するのは難しいという判断から、日本大衆文化に対する公式開放が徐々に可視化していた。開放をめぐる議論の末、韓国政府は1998年から段階別開放を通して日本大衆文化を正式に国内に受け入れることに決定したが、公式開放措置に対する批判と評価の論争は開放の確定以後もしばらく続いていった。

そもそも韓国のメディアは、過去、日本大衆文化に対して厳しいまなざしを向けてきた。「国民の支配的な反日情緒の対弁」や「猥褻や暴力といった低質文化論争」、「国内産業界の蚕食」などの否定的な視覚を適用し、数十年に渡って韓国のメディアは否定の態度を一貫してきた〔キム 2000 : 2〕。

韓国内で日本大衆文化の公式開放をめぐる賛否論争が進行中であった1990年代にも、メディア上では依然として公式開放に反対する意見が優位を占めていた。その後、公式開放の確定以後からは、韓国の文化競争力の強化を求める主張がメディア上で頻繁に取りあげられるようになった。既に日本の大衆文化ジャンルが非公式的経路を通じて韓国社会に蔓延していたものの、公式輸入を陽性化することによって、韓国の文化産業界が日本の大衆文化によって蚕食されるという危惧があったからである〔チャン 2010 : 231 ほか〕。過去、一貫して日本文化の韓国流入に反対の見解を示していた韓国メディアは、公式開放を既定事実として受け入れ、韓国大衆文化の現在の水準を冷静に自覚し、商品価値のレベルを引き上げる必要性を力説するようになった。

1998年から2004年にかけ、第四次まで開放措置が進み、ほぼ全ての日本大衆文化ジャンルが韓国市場に公式的に進出するようになってから、韓国のメディア上で日本大衆文化に関する議論は徐々に見られなくなった。2000年代に入ってから、韓国のメディア上における日韓の大衆文化をめぐる議論の対象が主として「韓流」に入れ替えられている。

過去、韓国における大衆文化をめぐる議論で日本大衆文化が主な対象となってきたことと同様、21世紀に入って活発化している韓流に関する議論でも、日本という国は依然として大きな存在感を示している。とくに、韓国のメディア上の韓流に関する報道の流れは、日本における韓流の展開過程によって左右される傾向を見せている。2004年の日本における韓流ブーム以来、韓国のメディア上でも連日韓流に関する記事を出しているが、その焦

点は主に日本における韓流現象に当てられていると言っても過言ではない。たしかに、日本は莫大な消費規模を持った魅力的な市場であるが、韓流は日本に限られている現象ではなく、韓流現象が日本に進出したのも最初の中国や台湾に比べ数年が遅れていた。しかし、韓流の発信地である韓国において日本の存在は特別なもののように見受けられる。

韓流現象を眺める韓国社会のまなざしを探るとき、メディアによる韓流関連報道の動向を分析するのは重要な意味を持つ。現代社会において、一般大衆の現実認識にメディアの影響が大きいことは周知の事実であるが、メディアは事実や情報の伝達以外にも、大衆の趣向を誘導したり、政治性を持って世論を形成したりもする。その過程でメディアは、大衆に間接経験の機会を与え、そのよう経験が解釈できる「フレーム (Frame)」を提供する。

ギトリン (Gitlin) は、「フレーム」について、現実に対する認識や解釈、提示、選択、強調、排除などの手段を持続的にパタン化し、言語や映像に関わる議論を操作することであると定義する。彼は、メディアはこのような報道の「フレーム」の機能を通じて支配のイデオロギーを形成し、伝播することができるという [Gitlin 1980]。メディアが作り出すフレームによって異なる社会的な現実を示す場合があり、メディアの報道は単なる事実の集合や社会象の反映ではなく、メディアのフレームを通じて特定の現実を構造的に再現することになる。つまりメディアの報道は、ある物事に対し、特定部分を強調または排除する形で大衆の現実要素の認識に影響を及ぼす。

したがって、韓国のメディアの韓流に関する報道は、韓国社会の一般大衆の韓流認識に間接的でありながら、少なくない影響を及ぼし、韓流を社会的な論題として認識させるようになる。一方、韓流に関する報道の動向を探るとき、韓国のメディアが持つ上記の報道の「フレーム」の方向性に注目しなければならない。結局、韓国メディアの韓流関連報道において、韓国社会の政治や文化、社会的な状況が関連報道の動向に影響を及ぼすならば、日本における韓流関連報道に向けるまなざしにも、日韓関係による特殊性が背景としてはたき、一般大衆の韓流認識にそのような特定の認識を持たせる可能性がうかがえる。

以上を踏まえ、本章では、韓国のメディアにおける韓流関連報道の動向を概観し、その中で、日本における韓流に関する報道の「フレーム」がどのような特定の視覚を持っているか、報道上の問題を把握する。そのうえ、日本における韓流に関する報道の方向性が韓国社会の全般的な韓流認識に及ぼす影響を調べ、韓流の展開において日本の韓流が持つ意義を日韓関係の特殊性の文脈から考察する。

2 韓流に関する報道の分析について

韓国において韓流に関する議論、または言説を作り出す語り手は、政府や関連団体、文化産業の従事者、メディア、学術分野などさまざまであるが、以下ではメディアの報道、主に新聞記事を分析の対象とした。資料収集のためには、韓国言論振興財団の「記事統合検索」機能を利用して韓国新聞における韓流関連記事を検索した [韓国言論振興財団 HP 2012]

年 5 月 10 日アクセス]。韓国言論振興財団では、ソウル内外の総合日刊紙や経済日刊紙、地域新聞、インターネット新聞、時事雑誌、専門誌、テレビニュース、過去の古新聞などに掲載された記事が検索できるが、本章では、韓国の全国総合日刊紙と経済日刊紙を検索対象とし、その新聞記事と社説に限って調査を行った。本章の目的は韓国メディアの韓流関連報道に関する総合的統計調査ではなく、報道の動向や議論の流れを概観することであるため、地域の宣伝や広報の色彩が強い地域新聞や、現在のデータ・サーバー上で過去の原文資料が確認できない場合が多いオンラインニュースなどは分析対象から外した。

検索期間は中国で韓流現象が始まった 1997 年から試みたが、検索の結果、2000 年度から韓流に関する記事が出てくるので、本章の記事分析は 2000 年から 2010 年までの期間を対象としている。

検索条件については、題名と本文に「韓流」の韓国語の発音である「ハンリュウ」を含むことで検索を行った。ただし、検索においてオンラインデータベース検索機能の限界に注意を払わなければならない。たとえば、韓国語の「ハンリュウ」という発音は、当初中国で「韓流」の語源となった「寒流」と同音異義語であり、これを検索語とした場合、検索結果に「海洋学（水温，魚族）」または、「電気工学（超電導寒流機器）」など、「韓流」現象と無関係の記事が多数含まれる。よって、各々の記事に対して題名と内容の確認を行い、韓流現象と関連する記事のみを選別した。また、韓流関連記事の中、日本に関連する記事件数を把握するために、検索語に「韓流」に加え「日本」（韓国語）を入れ、追加検索を行った。

検索語	韓流				韓流＋日本			
類型	全国総合日刊紙		経済日刊紙		全国総合日刊紙		経済日刊紙	
区分	全体記事	社説	全体記事	社説	全体記事	社説	全体記事	社説
2000 年	23	0	10	0	10	0	3	0
2001 年	476	9	381	0	201	5	109	0
2002 年	475	9	408	0	187	4	143	0
2003 年	361	5	439	0	155	4	160	0
2004 年	1265	16	1220	0	777	5	756	0
2005 年	3132	40	2237	9	1874	16	1180	6
2006 年	2589	24	1621	4	1320	10	628	2
2007 年	2044	24	976	1	1012	13	411	0
2008 年	1822	16	1289	2	817	6	463	2
2009 年	1624	26	2736	6	847	13	1319	3
2010 年	1977	14	5280	1	1014	9	2280	0

表 5.1：韓国メディアにおける「韓流」及び「日本＋韓流」に関する記事件数の推移（韓国言論振興財団のオンラインデータベースをもとに作成）

その結果、上記の表 5.1 から見られるように、韓流に関連する記事数の推移は日本における韓流現象の展開状況から影響を受けるように思われる。まず、「韓流」を検索語とした韓流に関連する記事全般の件数を見れば、2001 年から 2003 年の間の期間に比べ、日本でいわゆる「冬ソナ」ブームが起こった 2004 年を基準として飛躍的に増え、日本における韓流現象の全盛期であったと言える 2005 年には頂点に達している。その後は、2006 年から日本で韓流ブームが一旦落ち着きを見せはじまる状況に従い、韓国メディアにおける韓流記事件数も減少しつつある。だが、2009 年から日本で少女アイドル・グループの人気を引きかねとし、大衆音楽の中心で韓流の人気が高まり、ふたたびメディアの注目を浴びるようになった状況が、そのまま記事件数の推移にも反映されているように見られ、経済日刊紙の場合、歴代最高の件数を記録している。

それから、韓流に関連する記事の中、「韓流」に加え「日本」をも検索語とした韓流関連記事の件数も 2005 年をピークとし、2006 年から 2008 年には減少が続いているなど、状況は韓流全般に関連する記事の場合と同じ推移を見せる。

以上の結果から、日本における韓流現象の展開過程に伴って関連記事の件数の増減が変化するが、日本の韓流と関連した記事の件数だけでなく、全般的な韓流に関連する記事のほうも同じく推移を反映している点から、韓国のメディアの韓流に関する報道において日本側の動向を強く意識していることがうかがえる。

さて、本章の韓国メディアにおける韓流報道の分析では、時間の経過別で韓流現象の展開にしたがって韓国の韓流関連報道の推移を探るが、日本における韓流現象の展開状況に焦点を当てて分析を行う。つまり、2004 年から 2005 年にかけて日本における韓流のブームを基準とし、その前後を探り、大きく三つの時期で区分して分析を行う。

なお、上記の三つの時期区分にしたがった韓国メディアの韓流に対するまなざしを把握するなか、日本における韓流のブーム以後、つまり 2006 年を前後とした日本での一時的な韓流の落ち着きをめぐって韓国で議論化された、いわば「韓流の危機」に対する言説に注目し、その動向を考察する。

3 韓国メディアにおける韓流に関する報道

3.1 日本における韓流ブーム以前の韓流に関する報道

3.1.1 海外の韓流現象と政府の支援に対する報道の姿勢

1998 年に発足した金大中政権は、文化産業を 21 世紀の国家基幹産業として集中育成すると意志を表明したうえ、さまざまな支援政策を行った。同時期には、中国や台湾などで韓国の大衆文化が流行し、この現象は、現地のメディアによって「韓流」と命名された。だ

が、前述したように、「韓流」が韓国のメディアに紹介され、また、韓国政府の文化産業政策上で「韓流」を直接言及する政策が登場するまでには、多少のタイムラグが存在する。自国の文化産業の競争力に疑問をもっていた当時の韓国政府やメディアは、韓流現象を韓国社会の公的空間の言説にまで用いるには慎重な態度を取っていたのである。

この時期の韓国政府の文化産業に対する支援政策や取り組みにおいて「韓流」という言葉が直接使われることはなかった。メディア上の状況も変わらなく、韓国のメディアが「韓流」を一時的な流行でなく、一種の「現象」として認知するまでには一定の時間を必要としていた。

上記の韓国言論振興財団の記事統合検索機能で調べる限り、1999 年度まで韓流に関する記事は見当たらなかった。検索結果によれば、「韓流」という言葉が初めて登場するのは、2000 年 1 月 20 日、「大衆歌手海外市場開拓 - 文化部が主導して」といった記事である[『ソウル新聞』2000 年 1 月 20 日付]。当記事では、文化観光部（現文化体育観光部）が韓国大衆歌謡の海外広報用音盤を「韓流——Song from Korea」と名づけたことを伝えているが、この記事で見られる「韓流」という言葉は、現象としての「韓流」を指すのではなく、音盤名としての「韓流」を意味する。それから、中国の 11 箇所の都市から音楽放送の「ソウル音楽室⁽¹⁾」というプログラムで韓国歌謡を週 3 回紹介していることや、台湾の大衆歌謡人気調査で韓国歌謡が 1 位に上げたことを伝えながらも、これらの現象を直接「韓流」と指してはいない。ほぼ同じ時期に報道している「我が大衆歌謡、中・日など海外で人気」[『文化日報』2000 年 1 月 21 日付]や、「文化観光部、国内歌手のヒット曲を外国語で制作」[『世界日報』2000 年 1 月 22 日付]などの記事においても、当時中国で韓国の大衆文化が人気を集めている現象を、「韓流」と表現することはなかった。

その後数日を経て、2000 年 2 月 3 日には「北京の『韓流』」という題名の記事から、台湾での韓国ドラマの人気や中国での韓国の大衆歌謡の人気を伝えながら、「現地言論ではこの流行を『韓流』と表現する」という内容の報道が出てくる[『世界日報』2000 年 2 月 3 日付]。ようやく現象としての「韓流」が韓国のメディア上で語られるようになったが、この時点ではまだ当現象は一部地域（中国と台湾）に限る現象として見なされている。

それから 2001 年 5 月に『韓国経済』は、「文化産業の輸出可能性」という題名で、中国の韓流熱風がアジア市場で拡大していると伝えながら、当ブームによって韓国の文化産業における輸出増大の可能性が期待されると評価する内容の社説を掲載した[『韓国経済』2001 年 5 月 7 日付]。このように、同期間の経済日刊紙の場合では、韓流の経済的価値に焦点を当て、総合日刊紙に比べより肯定的なまなざしを表している傾向がよく見られる。だが、このような経済日刊紙の報道でも、「韓国の文化産業はまだ始まったばかり」と条件を付け、「我が文化産業はまだ質や水準が高いとは言えない」という指摘も忘れていない。

以上のように、韓国のメディアはしばらくの間韓流に対する冷静な姿勢を維持したが、当初の予想以上に海外における韓国大衆文化の人気が長く続くと、韓国政府は徐々に韓流現象に注目するようになり、国内の文化産業の競争力を高める機会と判断し、積極的に支

援政策に取り組みはじめた。文化産業を主管する文化体育観光部の報道資料や政策報告書によれば、2001 年半ばから政府機関が直接「韓流」という言葉を言及しながら文化コンテンツ産業の集中育成への意思を表した。文化体育観光部の主導で、韓流公演の海外進出のためのさまざまな制度的装置を設立し、各産業界への情報や技術、インフラ、資金など重要分野の支援を行った。その具体的な政策内容は、第二章で述べたとおりであるが、関連人材の育成から、産業団地の助成や海外紹介事業、国際イベントなど、直接「韓流」と命名し、多様な支援政策を用意した〔文化体育観光部 2002〕。

だが、このような韓流に対する政府の期待や支援の意思に対し、メディアは依然として厳しい態度を示した。当時の韓国メディアの韓流に対するまなざしがどのようなものであったかは、次の社説に典型的に表れる。

現在、中国や台湾をはじめ、ベトナムなど東南アジアで渦巻いている韓流の熱風に我が社会が歓迎一色の雰囲気を見せるのも理解できる。我が大衆文化がほかの民族の情緒にまで入り込んだことはたしかにプライドと、漠然とではあるが期待感も抱かせる。

(中略)

しかし、与党がこの熱風の持続のために、政策開発や企画団まで設置するなど、どこか不自然であり、性急な措置ではないかと考えられる。政府がここまで前面に大げさに出るのが好ましいか疑問である。中国文化圏の韓流熱風は開放と経済力の向上により外来大衆文化の消費欲求が急に膨張したことによる一時的な現象である〔『韓国日報』、2001 年 8 月 29 日〕。

ほぼ同じ観点から、同時期の別の社説でも次のような内容が書かれている。

(前略)

文化観光部（現文化体育観光部：筆者注）は 28 日中国の北京、上海などアジアの主要都市やソウルの東大門に我が大衆文化が楽しめる韓流体験館を設立し、アジア文化交流協議会を設置するなど、韓流産業に対する育成政策を発表した。韓流が一時的な流行で終わらないよう、関心と支援を惜しまない趣旨は分らないことでもないが、今度の支援政策は現象自体に興奮し過ぎているような印象を残す。

文化輸出は文化市場の拡大に留まらず、国家イメージの向上や経済的波及効果をもたらすということは周知の事実であり、今度の韓流現象を通じてもその効果が明らかになっている。しかし、最近の韓流現象が究極的に我が文化の付加価値をどれほど高めるかは未知数である。

韓流現象は、ハリウッド映画やヒップホップなどアメリカの大衆文化が米国的思考方式とアメリカの商品を全世界に伝播することとは根本的に異なる。韓流の本質が真の我が文化に対する関心ではないからである。

韓流は我々が少し早く受け入れ、加工したアメリカ文化に対する熱狂であり、一時的現象であるかも知れないという指摘にも耳を傾けるべきである[『国民日報』2001年8月29日付]。

上記の二つの社説から共通で見られるのは、韓流の今後の持続可能性に対して懐疑的な態度を示していることである。韓流の経済価値や、国際社会における韓国の認知度を高め、国家イメージを引き上げる点については同意を表しているものの、このような韓流の評価は現時点に限るものであり、今後の予測が付かない当時点では、漠然な期待をかけてはいけないという立場である。本文で見る限り、韓国のメディアは政府の韓流支援策に対して批判的な立場を取っているが、その理由は政府の政策運用に対する不信ではなく、韓流現象自体に対する疑惑に起因するのであり、一時で終わるかも知れない現象に一連の支援政策へ取り組む政府の態度に批判をかけているのである。

上記の社説のほかにも、この時期の韓国メディアの韓流に関する議論では、政府の支援政策への性急な取り組みや、経済的収益へ偏中した一部の新聞雑誌における大げさの報道に自重を求める声が多く見られる。これらの記事では、韓流現象が起きた背景には、文化産業面においては後発的立場である東アジアの諸国におけるコンテンツの不足状況に、たまたま韓国の大衆文化が隙間市場として利点を活かしたということを強調している。このことは観点を変えれば、決して韓国文化産業の水準が海外のスタンダードに達するほど高くなっているわけではないことを喚起するものであった。

一方、このようなメディアの韓流に対するまなざしでは、当時、東アジアにおける韓流現象の原因を、同じ儒教文化圏・漢字文化圏における親密性から見出そうとする言説と通じるものもあった[木村 2007: 211-212]。同じ漢字文化圏である日本において韓流現象が起きていなかった状況は、文化産業の市場規模や競争力の差から説明することが可能であった。

3.1.2 ワールドカップを契機とした韓国メディアの韓流に対する観点の変化

海外における韓流現象は、韓国が発する文化が海外で認められていることを示すものであり、文化輸入国から文化輸出国への立場の変化を意味するものであった。2000年代初めの韓流初期には、政府と産業界の韓流に対する関心と期待に対し、メディアは冷静な視覚を堅持しており、まだ韓国社会全般の衆目を集めるところまでは及ばなかった。

そのうち、2002年のサッカーワールドカップ大会の開催は、韓国のメディアにおける韓流言説に少なからぬ変化をもたらす契機となった。たとえば、「新しい可能性…経済韓流」[『ソウル経済』2002年1月8日付]、「去年外国人留学生1万名を超える」[『ソウル新聞』2002年5月2日付]、「ベトナム建設市場も『韓流』」[『韓国日報』2002年10月31日付]などのワールドカップ開催時期の記事を見ると、韓流現象による経済的成果などが大きく

捉えられ、韓流に対する肯定的な評価が主流を成している。

メディア上のワールドカップをめぐる当時の議論は、主に保守知識人を中心とするワールドカップの経済効果や民族団結の重要性を強調する声、そして、進歩知識人を中心とする韓国社会の力動性と民衆の力を強調する声に分けられていたが、いずれも韓国社会の民族アイデンティティを強調し、民族主義的性向を強く持っていた〔キム・グァンソク 2007：24-25〕。メディア上のワールドカップをめぐる議論は、韓国チームが大会で好成績を挙げるにつれ、ワールドカップ効果による観光産業の好況や日本とヨーロッパ地域における韓国映画のブームのように、韓国の国際的地位の向上への関心に結び付けられ、韓流関連報道にも同伴上昇の効果をもたらしたのである。

たしかに、2002 年の韓流関連記事の中には、サッカーワールドカップと関連づけられている記事が多い。2002 年の全国総合日刊紙における韓流関連記事 475 件のうち、関連検索語に「ワールドカップ」を含む記事は総 214 件に達している。主な内容としては、「各（韓国）地方自治団体が中国における韓流熱風をワールドカップ特需までつなげようとする目的で観光ビジネスに取り込む」〔『ソウル新聞』2002 年 1 月 7 日付〕、「2002 年のワールドカップの開催をきっかけに、中国大陆にふたたび韓流熱風が吹き込んでいる」〔『ソウル新聞』2002 年 6 月 14 日付〕、「近年の『韓流』熱風やサッカーワールドカップ大会以後、韓国に対する関心が高まり、韓国語を学ぼうとする国が増えている」〔『韓国日報』2002 年 10 月 9 日付〕など、ワールドカップと韓流現象が相互関連しながら国家利益が増大しているという肯定的なものが多かった。つまり、両者は相互補完的な存在であり、韓国の国際的地位や国家イメージを高めるもっとも有効な手段という同質性を持っているとされていた。

たとえば、ワールドカップで韓国代表チームが善戦していた 2002 年 6 月中旬には、『毎日経済』に「ワールドカップとアジア時代」という題で次のような文が掲載されている。

（前略）

既にアジアは世界経済史から圧縮成長の代名詞として思われる日本と韓国、21 世紀世界経済の中心に立つと予見される中国など、東北アジア 3 か国の軸として地球村の中心勢力として成長した。これらの 3 国は真剣に協力への意志を見せなければならない。

それでは協力はどのような形式で行われるべきか。

小さい観点からは、今度のワールドカップを契機とした韓・中・日の 3 か国プロリーグなど、サッカー協力の提案が議論されるべきである。過去、米・中のピンポン外交からも分かるように、スポーツは国家間の距離を縮める効率的な手段である。またアジア市場という、大きな筵を敷いておいたほうが先進サッカーの流入にも有利であろう。

大きい観点からは、アジア国家間の相互協力のために、21 世紀をアジア時代にするという大きな構想が必要である。経済協力はもちろん、社会・文化の交流も必要である。その意味で現在中国における「韓流」熱風は肯定的に評価すべきである〔『毎日経済』2002 年 6 月 17 日付〕。

国家間のスポーツ競技が国家のナショナリズムの高揚に深い影響を及ぼすことは周知の事実であるが、日本の場合と同様、韓国においても長い間、スポーツ分野が民族主義を強化する役割を演じてきた歴史を持っている〔イ 1987：119-120〕。2002 年の当時、サッカーワールドカップの成功で、メディア上では韓国のナショナル・プライドを高潮させる一方、韓国の国際的地位の向上に対する熱望も高揚させてきた。上記の『毎日経済』の掲載文からは、アジア諸国のうち早くも先進国の隊列に入った日本や、圧倒的な国家規模を持って世界の超大国へ成長する中国の両国に、韓国の国際的地位と一緒に並び、「アジアを引っ張る三強」と表現している。その三大強国の連帯意識を強く結び付け、日・中と韓国の同等な国際的地位を保障する手段として、今度韓国の国際的地位を引き上げたサッカーと韓流現象を挙げ、両者が韓国を先進国へ導くと期待を寄せている。短期性のイベントであるワールドカップ大会が終わっても、これまで高潮したナショナル・プライドを維持するために、韓流現象がその適切な手段として浮び上がったのであろう。

続いて、ワールドカップへの評価から韓流現象の意味を再解析しようとする言説が見られるようになった。梨花大学の教授であるイ・インファは『東亜日報』の文化コラム欄に「興，風流そしてワールドカップ」という題名で次のような文を書いている。

2002 年のワールドカップは私たちに忘れない経験を贈ってくれる。それは私たち自身が韓国人であるということを自慢できる感激である。韓国人たちは今全国の街と酒場でもの凄い熱気を噴出しながらも、どんな事故もなく世界的な祝祭を見事に執り行った。

(中略)

もしかすると韓国の未来はワールドカップで再認識される、このような風流文明にあるかも知れない。韓国は製造業では中国に激しく追い込まれているが、歌って踊って、演技する娯楽産業では現在アジアの国々を圧倒している。2002 年のワールドカップは数年前起きた韓流熱風が一時的なハプニングでなく、韓国人に長年の比較優位をもたらす文化現象であるという幸せな予測を可能にする〔『東亜日報』2002 年 6 月 22 日付〕。

上記の文が掲載されたのは、韓国がサッカーワールドカップ 8 強（準々決勝）進出が確定された 6 月 18 日の数日後であり、当時の韓国社会のワールドカップにによって前例のないほどナショナル・プライドが高潮していた。韓国社会の自負心と強い自信感の増大により、メディアにおける既存の韓流言説でよく見られた、自国の文化産業に対する消極的・否定的姿勢に変化の様子が見られる。その後、韓国チームは 4 強（準決勝）進出に進み、全国民が勝利感と自負心、興奮に満ちたままワールドカップは閉幕を迎えたが、韓国の国際的地位の向上に対する熱望と自信は冷めることがなかった。

一方、政府も、ワールドカップで盛り上がったナショナル・プライドとを韓流へ移入させ、国家広報の手段として活用しようとする意志を見せていた。産業資源部のシン・クッ

クファン長官は、次のように語る。

今回のワールドカップによって韓国に対する世界の関心が高まった。

(中略)

産業資源部は韓流熱風とワールドカップ、輸出マーケティングを組み合わせる国家広報戦略を構想している[『文化日報』2002年6月26日付]。

また、キム・ハンギョン外交部次官も次のように語る。

韓国はワールドカップ開催を契機とし、世界中に民主主義社会としてのイメージを高揚させた。

(中略)

在外公館を通じて韓流熱風をより洗練させ、拡大させていくことを検討しており、今度のワールドカップで世界中に知らされた応援文化も韓流熱風に含めるつもりだ[『ソウル新聞』2002年6月29日付]。

韓流現象は国内で起きた現象でもなく、全国民が参与したものでもなかった。文化コンテンツ産業やメディア資本によって始まった韓流は、全国民が体感したワールドカップとは異なるものであった。[キム・グァンソク 2007: 19]。政府は、ワールドカップを韓流に結び付けることで、韓国社会で高まったナショナル・プライドを韓流現象に注ぎ込み、韓流への関心を喚起しようとしたのである。そして、当初は韓流に対して冷静なまなざしを維持していた韓国メディアの韓流言説も、依然として韓流現象の持続に対する疑問を示すものの、上記のような政府の議論の方向に同調する様子を見せはじめた。

その後、ようやく日本で韓流のブームが起きた2004年を基とし、韓国のメディアにおける韓流報道の姿勢に大きな変化が現す。

3.2 日本の韓流ブームと韓国の韓流に関する報道

3.2.1 日本のブームが伝えられるまで

上記の検索上では、韓国の新聞上に日本の韓流現象と関連した記事が出始めたのは、2003年半ばからのことであった。「韓国のテレビドラマ『冬のソナタ』のロケ地めぐりツアーに日本人女性ら」[『日本経済新聞』2003年12月1日付]のように、2003年に日本放送を始めたドラマ『冬のソナタ』の影響から、徐々に韓流現象の兆しが見え始めたが、当時の報道から見られる韓流は、まだ現象やブームとして認識されるものではなかった。

韓国言論振興財団の検索結果によれば、2003年の韓流関連記事は全国の総合日刊紙と経

済日刊紙を合わせ、総 800 件に過ぎなかったが、日本でブームが起こった 2004 年には総 2,485 件、さらに 2005 年には総 5,369 件まで伸びている。また、これらの韓流関連記事の 2,485 件と 5,369 件の中、キーワードとして「日本」を含む記事数は各々 1,533 件、3,054 件に達し、6 割前後の割合を見せ、当時の韓流現象の全般における日本の影響がうかがえる。

ところで、2004 年 4 月からの、いわば「冬ソナ」現象や「ヨン様」ブーム以降の、日本の熱狂的な韓流現象の影響が韓国のメディア上で出てくるまでには、多少のタイムラグが存在する。

日本で韓流ブームが起きたのは 2004 年のことであるが、2003 年 4 月、日本で『冬のソナタ』が初放映されて以来、『冬のソナタ』や主演俳優「ペ・ヨンジュン」の記事が同年から日本の全国紙とスポーツ紙で徐々に取り上げられていた [李知旻 2004 : 89-92]。それから、2004 年の 4 月のペ・ヨンジュンの来日を契機に、「ペ・ヨンジュンが初来日、NHK『冬のソナタ』ファン五〇〇〇人殺到」[『スポーツ報知新聞』2004 年 4 月 4 日付]などの記事が日本の各紙で連日紙面を賑わすようになった。

たしかに検索上では韓国の各紙でも、2003 年に比べ 2004 年の韓流関連記事の件数が大幅伸びてはいるものの、上記の検索結果から見れば、2004 年の韓流関連記事の総 2,485 件のうち、同年上半期（1 月 1 日から 6 月 30 日まで）の記事は 760 件で、また、検索語に「日本」を含む 1,531 件のうち、上半期の件数は 375 件にすぎない。つまり多くの記事が 2004 年度の後半から出てきていたということである。

2004 年の初め、「韓流ドラマ熱風、中華圏（筆者注：中国と台湾）は冷め、日本は熱く…日本は去年から需要急増」[『世界日報』2004 年 2 月 4 日付]、「中華圏で韓流熱風ぐんなりと」[『毎日経済』2004 年 2 月 24 日付]、『冬恋歌』チェ・ジウ氏など日 NHK から特別功労賞[『文化日報』2004 年 3 月 23 日付]など、中国と台湾での韓流現象が勢いを失う代わり、日本では『冬のソナタ』がよい評判を受け、徐々に韓国ドラマが人気を集めている様子を伝えている。だが、これらの記事の本文では、興奮に満ちた語調や、ペ・ヨンジュンに関する内容はあまり見られない。

その後、4 月以降から日本でブームが本格化しても、同時期の韓国の各紙からは、日本における「冬ソナ」現象の熱気はあまり伝わっていない。2004 年の 4 月から 5 月までの 2 か月の間の韓流関連報道を探てみると、日本での「冬ソナ」やペ・ヨンジュンの人気に関する記事は少なく、いまだに中国やほかの国に関する記事が多く見られる。

「ペ・ヨンジュン、日ヒット商品 2 位に/日経流通新聞選定」[『韓国日報』2004 年 6 月 18 日付]、「[特派員レポート]日オバサン『韓流熱風』の牽引車」[『ハンギョレ新聞』2004 年 6 月 22 日付]、『冬恋歌』効果と韓日関係[『ヘラルド経済』2004 年 7 月 24 日付]などのように、本格的に日本における「冬ソナ」現象の熱気やその波及効果が伝えられはじまるのは、2004 年半ばからのことである。それから、2004 年 11 月 26 日にペ・ヨンジュンの 2 回目の来日時には、韓国でもほぼ全ての各紙が大いに扱うようになる[『国民日報』2004 年 11 月 26 日付ほか]。

ただし、日本での『冬のソナタ』に対するファンダム現象や、メディアの関心が韓国に伝えられても、韓国社会ではそのような過剰な関心が納得できず、メディアの誇張報道と判断する場合が多かった。このような事情について、木村は、日本で「冬ソナ」現象が起こった時に朝鮮日報の東京特派員が書いたある記事を紹介している。当記事では、日本における韓流ブームの関連報道に対して、「日本人がどれほど韓国人を見下しているかも知らずに、つまらないことを言うな」、「話にもならないこと、まるで韓国が文化先進国になったかのような錯覚を与えるような記事を書くな」というなど、「韓国人が韓流を信じない」様子を伝えている。木村はこの記事から、『冬のソナタ』の成功は、従来の韓国人が有する「韓国人に偏見を有する日本人」という理解と真っ向から対立するものであったと述べる[木村2007:221]。このような傾向はほかの関連研究からも目にすることができるが、とりわけ大衆文化産業面では、韓国を先導すると認識される日本で、韓国の大衆文化がブームを起しているという事実が韓国社会を当惑させたのである。

しかし、次々と韓流ドラマの人気による莫大な経済的価値や、熱狂的な韓流ファンの支持による様々な社会現象が韓国のメディア上で連日伝えられると、韓国社会でも、当惑を伴いつつも、韓流が日本市場の進出に成功したことが徐々に実感できるようになった。

3.2.2 韓流をめぐる肯定的な評価

日本における韓流ブームが韓国社会に広く知らされると、韓流関連報道が量的に増えるだけでなく、報道内容においても観点の変化が見られはじめた。

まず、韓流現象、とりわけ「冬ソナ」現象から派生する経済効果に関する報道が飛躍的に増えた。韓流スターの日本進出や、芸能界活動による外貨獲得に関する報道をはじめ、ドラマのロケ地めぐりツアーに出かける日本人観光客の急増に関する報道、観光産業の好況による地域経済への波及効果、そして、車をはじめ、化粧品、食品など韓国製品の輸出増加に至るまで、韓流が自国文化産業の市場拡大にとどまらず、さまざまな市場経済へ波及する効果に関する報道が続いた。

この点については中国や台湾などを対象とした韓流初期における報道の文脈とあまり変わらない。ただし、「春川⁽²⁾・襄陽国際空港『ありがとう、韓流よ』」[『世界日報』2005年2月17日付]や「『韓流』もはや欧米も注目」[『世界日報』2005年4月14日付]など、韓流の成功に対する喜びや興奮に満ちた記事から見られるように、初期の韓流をめぐる言説でよく付けられていた、「一時の流行で終わるかも知れない」というような語調があまり見られなくなった点は、この時期の韓流報道における特徴と言えよう。

それから、日本でブームが本格化した時点での韓流言説は、経済的な機能のみならず、政治的な機能に対して語りはじめるようになった。それは主に、国際社会における韓国や韓国人のイメージ、とりわけ日本の対韓認識・対韓国人イメージの変化に注目する傾向として現れた。

たとえば、『京郷新聞』の「パク・ヨンチェ東京特派員『私もヨン様』」という題の記事では、韓国人記者の東京生活に関するエピソードが次のように書かれている。

記者は最近「ヨン様」になってしまった。ペ・ヨンジュンのように、名前に「ヨン」という字が入っているからだ。最近日本の韓国に対する熱気はすごい。韓国語でメールを送る日本人も増えてきた。

(後略) [『京郷新聞』2004年7月1日付]

上記のエピソードには、日本における韓流スターへの人気と憧憬が、一般の韓国人に対する好感までつながっている様子が書かれている。韓流スターの人気によって、韓国人全般のイメージが実際にどれほど改善できるかに関する疑問は、その後もさまざまな韓流の波及効果に関する報道が続いていくなか、各研究機関や関連団体による世論調査のデータなどが根拠として加えられながら、徐々に韓流にかける期待へと替わっていった。

一方、7月21日には韓国のほとんどの日刊紙が韓流スターチェ・ジウと日本の小泉純一郎首相（当時）の出会いを特筆大書している。記事の内容は、ドラマ『冬のソナタ』の主演女優であるチェ・ジウが、当日東京で日韓政府が主催する「2005年韓日共同訪問の年」の調印式に参加し、広報大使として任命された後、首相官邸を訪問することである。これらの記事では小泉首相が、2004年6月日経新聞が主催した「アジアの未来」というシンポジウムの時に晩餐の席で、首相自身を「ジュン（純）様」と表現しながら、「冬ソナ」や韓国大衆文化の人気について数回言及したことを共通に強調している[『東亜日報』2004年7月21日付]。

ほかにも、「イ・ビョンホン、NHK ニュース出演…5日韓流対談」という記事では、韓流スターイ・ビョンホンがNHKの午後10時総合ニュースに出演、韓流を主題とし、日本のアンカーと10分間の対談を行うことを紹介している。この記事では、これまでNHKの10時総合ニュースに芸能人が生出演したのは、イ・ビョンホンが最初であって、日本人の芸能人のなかでも前例がなかったことを強調している[『国民日報』2004年10月2日付]。

これらの記事では、韓流スターの活躍が日本の公的な場で行われていることを伝えたり、これまでの（日本の）芸能人と区分し、特別な位置を与え、「史上初」などの形容句を付けて強調したりし、前例のないほど韓国の芸能人が日本で高い位相を示している様相を伝えている。このような報道を通じて、韓国社会は、韓流によって韓国や韓国人のイメージが向上していることを実感するようになっていった。

その典型的な事例として、『東亜日報』に掲載された「『ヨン様』の力」という題名の社説では次のように述べられている。

国の内外で難儀しているこの時、俳優ペ・ヨンジュンが成し遂げた業績は大したものである。日本の『朝日新聞』によれば、2004年の流行語に関する調査でペ・ヨンジュン

は米国野球メジャーリーグのスターであるイチロー選手と小泉総理を飛ばし、1位を占めた。彼による経済効果は1兆から2兆ウォンに達するという推算も出ている。歩いている文化商品であり、国宝級の芸能人であると言って過言ではない。

何より胸がいっぱいになるのは、「ペ・ヨンジュンシンドローム」が、これまで日本人の韓国と韓国人に対して持っていた誤解や偏見の解除に大きく寄与したという点である。過去不幸・遺憾なことが多かった韓国と日本が、「美しい青年ペ・ヨンジュン」を通じて、お互いを肯定的に再認識できるようになったことは、もっとも重要な成果である〔『東亜日報』2004年11月27日付〕。

ほかに、『韓国日報』の社説「『ヨン様熱風』経済効果を超え」でも同じ脈絡から、以下のように述べられている。

（前略）

「ヨン様熱風」の政治経済的效果のみをもって語るのはどこか物足りない。もっと重要なことは根強く残っている韓国人の反日感情や日本人の嫌韓感情を自然に解消し、両国が善隣として発展することであろう。政治経済より強力なものが文化であり、文化より人を根本的に動かすのが、感情の力である。「ペ・ヨンジュン現象」はその起爆剤になれる点で大事である〔『韓国日報』2004年11月29日付〕。

もちろん、韓流現象が日本だけに限って起こった現象ではなかった。日本以外にも、東アジアの諸国での韓流現象をめぐって、経済的效果を超え、国際友好の役割を演じてくれるといった期待は、韓流の重要な機能として語られてきた。だが、日本における韓流ブーム、とりわけ「ヨン様」現象による日本社会の目立った変化は、絶え間なく繰り返されてきた日韓政府の間における政治的摩擦と対比を成しながら、民間交流の重要性を改めて確認させるものとなった。したがって、韓流現象をめぐる議論では、自然に韓流を日韓関係と結びつけて語る場合が多く、逆の観点からは、日韓関係を主題とする言説においても韓流現象を素材として語る記事をよく目にするようになった。

『国民日報』の社説「『韓・日友情の年』をも欺く日大使の妄言」では、2005年2月23日、高野敏行（当時）駐韓日本大使がソウル駐在の外信記者に対して「竹島（独島）は日本の領土である」と主張したことを批判し、せっかく日本の韓流熱風で両国国民間の相互好感度が高まった当時の日韓友好関係への悪影響に対して不安の声を上げている〔『国民日報』2005年2月25日付〕。

このように、韓流と日韓関係を結びつける傾向は、日韓両国の政治的摩擦の際にとくに碎けることを繰り返しながらも、韓流議論や言説において一つの大きな軸を成すものであった。

3.2.3 韓流に対する支援と広報の声

日本における韓流ブーム以降、自国の文化産業の高い競争力を確認した韓国政府は、韓流支援に拍車をかけた。アジアを中心に世界の国々への文化広報及び相互交流の場を拡大するという趣旨で、分野別協議会を構成し、さまざまなフォーラムや博覧会など国際イベントを開催し、また、伝統文化のような韓国固有のものにまで韓流の範囲を拡大し、広報に力を入れた。文化産業への個別支援においては、海外共同制作、共同投資、技術協力を通じて現地の事情に合わせたコンテンツを製作するための多様な支援策を用意した〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009〕。

このような政府の積極的な支援と取り組みに対するメディアの反応にも日本における韓流ブーム以降、変化が現れる。当初、中国や台湾で韓流が起こった初期には、性急な政府の韓流支援策に対し、韓流の持続性に疑問を呈しながら政府の軽率さを批判し、一部の韓流に対する過剰な期待に警戒と自粛の声をあげていた韓国のメディアは、日本でのブーム以後には政府の支援に同調する態度を示す。「韓流支援政策協議会」、「韓流政策諮問委員会」の運用や、文化技術大学院の設立、アジア文化産業交流財団に「韓流総合情報センター」の設置、韓流コンテンツのデータベース化のための特殊会社の設立など、韓流に対する政府支援策の発表を伝える多くの報道に、以前のような批判の声は見られない〔『世界日報』2005年2月2日付ほか〕。

また、『韓国日報』の「即興的『韓流』対策では駄目」という題名の社説では、政府と地方自治団体が韓流の持続的な発展のための政策を出している状況を伝え、支援策の具体的な内容を紹介している。本文の内容中には、一連の支援策が十分な分析や展望に基づいていない点を指摘したうえ、各支援策に対する具体的な批判を行う。それから、多様で競争力ある文化コンテンツの開発と拡大に優先的に支援を行う必要があると強調する〔『韓国日報』2005年2月3日付〕。この文では、政府の支援策に現実性が欠如している点に批判を向けているが、過去のように、支援策自体の必要性を否定しているわけではない。もちろん、政府の支援や介入を批判する声が全くないわけではないが、多くの場合が政府の支援策に肯定的な姿勢を示し、政府政策の方向性に対する提言を行っている場合も見られる。『『韓流大学院・会社』も設立/政府文化コンテンツ積極支援〕〔『韓国日報』2005年2月2日付〕、「持続可能な韓流のために 1-8」〔『文化日報』2005年4月18日-5月12日付〕のような、韓流の持続と発展のために用いられた特集連載記事も多く目にする。

このような韓国メディアの韓流に対するまなざしの変化を表す記事のなかには、直接日本における韓流現象の進展について言及する記事も多く見られる。たとえば、『ヘラルド経済』の「ドラマ輸出 政府支援増やせ」という文では、韓流が「まだアジア文化の流れを主導している日本で認められたので、韓国のドラマは充分競争力がある」と評価し、日本の韓流熱風の主なテーマとなったドラマジャンルの円満な輸出のために、政府レベルで制度・環境的な支援への努力を惜しむべきでないと力説している〔『ヘラルド経済』2004年

11月11日付]。記事の内容から、韓国メディアが韓流の価値を認め、積極的な支援の必要性を感じるようになった背景として、日本における韓流現象が主な契機となっていたことがうかがえる。

とくに、日本での韓流ブーム以後の韓国における韓流言説の特徴として、前章で論じた政府政策や関連研究の分野だけでなく、韓国のメディア上でも「韓流と国家イメージを関連づける議論」がよく見られるようになった。韓国政府が国際競争力を引き上げるために力を上げてきたのは最近のことではないが、日本における韓流ブーム以後、政府は文化コンテンツ産業の海外進出が国家イメージ戦略に有効であると体感し、韓流を「国家ブランド化」する政策に取り組んだ。その事例については、第三章で説明したとおりである。そして同時期に、メディア上においても韓流を国家ブランドとして活用し、韓国の国際的地位を高めるべきだという論調が多く出されるようになる。

『東亜日報』のあるコラムでは、国家ブランドを引き上げるためには、国家競争力の強化と、心理的親近感を高めるための努力が求められるとし、中国と東南アジアはもちろん、日本までその影響圏を拡張している韓流現象が韓国のブランド価値を引き上げる素材となるように、国家レベルでの努力が必要であると論じている[『東亜日報』2004年11月13日付]。また、『ヘラルド経済』の社説では、「ヨン様」現象が日韓関係の全般に与えた影響を挙げ、文化体育観光部による韓流のアジア全域への拡張政策や外交通商部による韓国映画のヨーロッパへの進出政策を評価しながら、韓国企業のマーケティングにおける韓流活用の必要性を力説している。当社説では、韓国の国家ブランド価値を引き上げるために、韓流が持つ潜在力を十分活かす必要があると強調している[『ヘラルド経済』2005年1月3日付]。ほかにも、国家の資産であり、競争力、収益の源泉として国家ブランドの重要性を強調しながら、日本の「冬ソナ」現象による韓国イメージの変化から入証された文化コンテンツの力に目を向け、国家ブランド政策と韓流ブームを結びつける論調は、この時期の韓国メディア上の韓流言説における一面であった[『韓国経済』2005年1月6日付ほか]。

以上の記事では、経済発展や政治改編、自国企業ブランドの品質改善、国際スポーツイベントの開催など、長い時間と多くの努力を要する国家イメージの改善作業において、韓流といった大衆文化産業の海外進出が比較的短期間で成果を挙げたことを評価し、国家ブランド政策に韓流を積極的に活用すべきだと提言しながら、これまでの韓国政府の韓流支援策を積極的に擁護していた。

もはや韓流は、さまざまな分野の学術団体が主催する国際セミナーのテーマとなり、また、政府や傘下機関の多様な研究報告の対象となって、メディアによる支持をも受けるようになった。日本での韓流ブームが韓国社会における韓流への評価を一新したのである。

3.2.4 韓流をめぐる言説のなかの民族主義

上記の韓流に関する記事から見られるとおり、韓国は日本をアジアにおける文化産業の

先進的な存在として認識している。そのような日本における韓流のブームは、韓国での韓流言説にさまざまな側面で変化をもたらした。韓流に対する評価の変化は、日本という国に対する意識が韓流初期のほかの受容国家と区切られていることを意味し、韓流展開において日本進出への成功は、韓流に経済的効果に対する議論の範囲を超え、韓国の国際的地位を高める国家ブランドとしての意義を持たせた。

ある媒体は、「日本の韓流は韓国の文化が先進国でも十分に通じる水準になっているという自負心をもたらした」と述べる。続いて、「漢字語の『韓流』が国家的なレベルで英語の『Han-ryu』に再跳躍する」と伝え、韓流が日本のブームを通じてグローバルな地位を獲得したことを示唆する[『京郷新聞』2005年5月16日付]。事実上、2004年から既に日本では韓流を韓国式の発音である「ハンリュウ」と読まれはじめていた。2003年までは日本で韓流現象の発音が日本式発音に従って「カンリュウ」を表現されていたのが、「冬ソナ」ブームと伴って「ハンリュウ」に移り変わったのである[安 2008 : 198]。

日本でブームを起こす前まで半信半疑の評価を受けていた韓流であったが、文化産業面で韓国より優位を占めている日本でも高い評価を受けたという事実は韓流の競争力を証明する十分な根拠を提示した結果、韓国での韓流に関する言説は自信を持って韓国文化の優秀性を語るようになった。

『世界日報』ではドラマ『冬のソナタ』を演出したユン・ソクホ監督の講演を紹介し、彼が「韓流現象の原因は我が文化の優秀性にある」と述べたことを伝えている。彼はこの講演で、「世界の中心である中華を名乗る中国や、我が国を植民地支配した日本が文化コンテンツ分野で韓国に追いかけられ、韓国文化に心酔しているのは、我が文化がそれほど優秀であるからである」と述べている[『世界日報』2005年3月18日付]。

日本における韓流ブームが続いている間、韓国の韓流関連の報道において韓国文化の優秀性を強調する論調がよく見られる。韓流現象の初期の時点では、その人気要因の分析において、主に語られるのは儒教主義に基づいた東アジア地域の文化的な近似性——この点については、西欧化を目指してきた韓流商品のモダンな趣向がアジア共通の価値を持っているかは疑問の余地があるとし、多くの学者から反論が提起された[ベック 2005 : 6]——の強調であった[ハ、ヤン 2002 ほか]。また、既出した韓流初期の関連報道から見たとおり、1997年のIMF金融危機を克服して海外進出を果たした韓国の文化産業に対する漠然とした期待と自信ができたものの、現地の市場環境の必要性に符合した一時的な好況であるという不安も共存していた。だが、その不安的な要素は日本の韓流ブーム以後の韓国社会のナショナル・プライドの高揚とともに解消されているように見られる。

日本で韓流ブームが全盛期に達していた2005年の3月、韓国『毎日経済』新聞のコラム『『毎経春秋』文化の力』では以下のような文が載せられている。

最近浮かび上がる韓流熱風を見ながら、文化の力は我々自身を幸せにし、さらに他人にも幸福を与えるという百凡金九先生の言葉を思い出す。

いくら持っても問題にならず、むしろ皆の役に立つ文化の力、熱狂的な韓流がいつまで続けるかは分からないが、我が文化の力がより大きくなるという確信がある理由な何だろう。

(中略)

我が文化を無視し、西洋の文化、西洋の礼節が絶対善として見なされていた時期はそれほど遠い過去ではない。無理矢理に他人に学び、自分に合わない服を不自然に着ている不便な様子では、自信も出てこないはずであろう。最近の若者が堂々と見えるのは、東西を合わせながらも我が物に対する愛着が根底にあるからではないか。

(中略)

究極的には我が国の統一を文化の力が成し遂げると信じることができる。自信を持って思い切り文化の力を育てれば、他人を理解して受け入れる内的な力も当然大きくなるだろう [『毎日経済』2005年3月31日付]。

上記の文によれば、過去、西洋先進国の文化を踏襲しようとし、自国の文化(大衆文化)を見下ろしてきた韓国社会の文化観が、最近の韓流熱風、とりわけ日本における韓流ブームによって大きく変化し、自らの文化に肯定的なまなざしを向けるようになった。そして、自国文化への自信は国力の向上につながって、韓国社会の長年の願望である民族統一にまで期待が寄せられている。

韓流現象を契機として韓国社会が自国文化に対する評価を一新したこと自体は肯定的に捉えるべきである。しかし他方では、韓流現象に刺激されたナショナル・プライドの高揚によって、もっぱら韓国文化の優秀性を強調し、受容者の自発的な意図による消費であるという偽装化戦略を通して、自国の文化的なヘゲモニーの拡張を目指す傾向が見られるようになった [キム・ヘヨン 2006: 45]。この時期の韓国政府やメディア上における韓流の拡張よび世界化戦略は韓国の国家競争力の強化を志向するものであり、国家主義的な観点に起因するものであった。次の二つの記事はその事例である。

韓国語を学ぶ外国人が増えているなど、ハングルの存在感が高まった。先月実施した第9回韓国語能力試験に25か国26,500名が応試し、去年に比べ51%が増えた。

(中略)

「冬ソナ」熱風の中、日本で韓国語を学ぼうとするブームが起きたのは周知の事実である。

(中略)

60か国で韓国語や韓国学を運営することは660箇所に至るという。ハングルの科学的な優秀性を広く伝播してほしい [『京郷新聞』2005年10月8日付]。

韓流によって見られない領土が拡張され、韓流ファンが増えている今は、韓流を成功

させようとする国民の意思を高め、体系化した戦略をもって国力を極大化しなければならない時点である [『東亜日報』2006年2月9日]。

さらには、一部の韓流報道においては民族主義的性向が満ちて、多少攻撃的な語調の記事が見えてくる。「イ・ナヨン『日本完全征服』始動」[『ヘラルド経済』2005年1月11日]、「チェ・ジウ『日本テレビ完全征服』、11月撮影日本ドラマ主演」[『京郷新聞』2005年6月27日付]などの記事から見られるように、題名に直接「征服」や「征伐」などの用語を出している記事をはじめ、本文にも韓流スターの海外進出について「日本征服」や「中国征伐」などの刺激的な表現を用いて韓流の活躍を韓国の文化的領土拡張に結びつける内容の記事が多かった。

日本市場における韓流の成果をほめる記事だけでなく、過剰な評価と自信に満ちた韓流言説を批判する意見においても、上記のような過激な言葉を用いる。その一例で、『ソウル経済』では「韓流は日本を征服したか」という題で次のように述べている。

(前略)

皆が韓流に興奮して、韓流に浮き立っている。芸能企画社と製作会社の大きさは見苦しいばかりである。数十億ウォンのテレビドラマを作ってから、「日本市場ばかり開けばよい」と呪文を唱える。

(中略)

日本最大の音盤店である HMV には数百枚の韓国音盤が並んでいる。だがその隣には同じように東南アジア及び中東、アフリカの民族音楽も置かれている。東京でもっとも大きいビデオレンタル店である TSUTAYA には『冬恋歌(筆者注:『冬のソナタ』の韓国題名)』DVD と共に 1890 年代のフランス無声映画シリーズや 1910 年代バイマルン公和国産の映画もある。全世界の文化と生き生きした多様性は今日の日本が競争力の高い文化先進国に育った原動力である。

日本文化は韓流に征服されても、負けてもいない。もう一つの滋養分を摂取し、ぐんぐん伸びていく。バブル流行でなく、彼らならではの旺盛な文化欲が羨ましいと思われるのは記者だけの事大主義ではないはずだ [『ソウル経済』2005年6月1日]。

上記の文は、一応一連の韓流言説から見られる自国文化に対する過剰な自信に自粛を求めている。たしかに、「韓流が日本を征服した」と軽く言い出すほかの記事の軽率さを批判している立場を取っているが、批判の対象は扇情的な言葉使いというより、文化産業において日本を完全に勝ち抜いたという傲慢さである。ほかの韓流報道における民族主義的な要素に対する指摘は見られなく、文化大国として日本が持つ底力を喚起させ、学ぶべき日本、または、超えるべき日本といった論調を含んでいる。

以上の、韓国メディアの韓流報道から見られる、民族文化の優秀性の論理がはたらく一

連の議論は、多国の否定的反応や警戒を呼び起こす恐れがある。したがって、メディアの刺激的な言葉使いに対しては自粛を求めると同時に、とくに 2005 年の日本における「嫌韓流」の台頭以後、海外における反韓流現象の原因として、韓国メディアの韓流報道における民族主義的な性向に対する批判が強まった。

3.3 ブーム以後の韓流報道の論点

3.3.1 「嫌韓流」とメディアの反応

少なくとも日本の韓流現象においてドラマ『冬のソナタ』が持つ存在感は極めて大きい。『冬のソナタ』と主演俳優ペ・ヨンジュンの関連報道は 2004 年から 2005 年にかけて、連日日本のメディア上で登場し、韓流ブームを引き起こした。しかし、「ブーム」という言葉が示しているとおり、2005 年を頂点とし、日本メディアによる韓流への加熱な報道や関心も徐々に静まり、韓流現象も一旦落ち着きを見せるようになった。

日本のブーム以後、韓流の経済的な価値、そして国家ブランドとしての位相を確認した韓国社会では、韓流に対する期待が高まっていた最中、2005 年半ばに韓流に対する一つの反動現象が起こった。日本における「嫌韓流」の台頭である。

2005 年 7 月に普遊舎で出版した『マンガ嫌韓流』（山野車輪）に端を発し、その後、宝島社からもこれに関する著作が数冊出版されるが、実は韓国・朝鮮批判に関する本は「嫌韓」というネーミングに限らなければ、それまでも多数出版⁽³⁾されていた[原尻 2006 : 11]。その中で、『マンガ嫌韓流』がとくに日韓両社会のメディアの注目を受け、ネット上における賛否両論の盛り上がりを見せたのは、当時の日本社会における「韓流」のブームの影響とも言える。販売部数⁽⁴⁾は別として、この本がマスコミから関心を集めたのは、そのネーミングに直接「韓流」という単語を入れて、結果的に「韓流」のカテゴリに含まれたことが「韓流」ブームに注目していた当時の両社会の関心を受ける要因となったのであろう。

ところが、『マンガ嫌韓流』の内容は韓国・韓国人に対する全般的な非難や歴史・政治問題への批判であり、直接的に「韓流」に関わる批判は巻末のごく一部の内容でしか見られない[板垣 2007 : 100]。つまり中身は韓国への批判であるが、表では韓流を批判するような名称を採ったことから、日本社会の韓流ブームに便乗した商業主義の一環であると解釈することもできるが、韓国社会においては、批判の対象が韓国か韓流かの区分は意味がなく、『マンガ嫌韓流』の韓国批判を韓流への危機と捉えていた。当初大衆文化に限っていた「韓流」の意味が段々「韓国式」「韓国的」の意味へ拡張されたように、「韓流＝韓国」という韓国社会の認識が反映されているのである。

期待をかけて日本の韓流ブームを眺めていた韓国のメディアでは日本の嫌韓流に対して敏感な反応を示した。「韓国鼻下漫画日本で飛び売り」[『文化日報』2005 年 7 月 19 日付]、「日右翼『嫌韓流』で結集 - 『新しい歴史教科書を作る会』代表などコラム... 出版社も

靖国近所」[『京郷新聞』2005年9月9日付]、「日本内『嫌韓流』対策至急」[『文化日報』2005年10月24日付]などの報道から見られるのは、嫌韓流が韓国と朝鮮半島に批判的な観点を持つ日本の「保守主義者たち」の歴史観を反映しているという論調である。

嫌韓流関連の報道は、当時の日韓間における諸外交対立と絡み合い、韓流を通じて日韓友好に期待をかけていた人々に不安をもたらすものとなっていた。とくに2005年には、小泉首相の靖国神社参拝問題をはじめ、日韓両国の外交的摩擦が頻繁に起きていた。このような現状を反映し、メディアでは日本の「嫌韓流」が連日大きく捉えられ、「今後の韓流ブームの継続に水を差すのではないか」などの懸念があった[『ハンギョレ新聞』、2005年10月26日]。

日本における「嫌韓流」の台頭以外にも、2000年代初から中国や台湾では韓流の自国文化市場蚕食に対する警戒を示し、中国でも2000年代の半ばには「抗韓流⁵⁾」現象が起きて、韓国内に報道されたことがある。韓国社会の反日感情のはたらきによって、今回の嫌韓流に関する報道熱気と大衆の関心に大きな差異があったのは当然のことであるが、中国の「抗韓流」に対して韓国のメディアが示した「憂慮」に比べ、今回の嫌韓流への反応は、いっそう深刻で敏感なものであった。

一方、『マンガ嫌韓流』をめぐる日韓間の葛藤関係は他国のメディアでも捉えられ、米国の『ニューヨークタイムズ』では、嫌韓流について、ワールドカップでの韓国の好成績や韓流の日本進出など、さまざまな分野で日本の地位を脅かす韓国に対する警戒に起因すると分析した。韓国のメディアはこのような他国の分析を引用しながらも、一方で「韓国の大衆文化が競争力があって優秀である風に自慢ばかりしてはいけない」と指摘し、「ファンが顔を向けるといつ消え去るか分からない韓流を、長く持続させる方法を模索すべき」と声を上げた[『国民日報』2005年11月22日付]。嫌韓流以前の日本のブームの時期には韓国文化の優秀性や競争力を強調していた論調から、だいぶ姿勢を変えていたのである。

その後、韓国のメディアは、日本社会の嫌韓流について、日本社会の主流な立場ではなく、韓流に便乗した商業主義の産物であり、韓流産業に打撃を与えるほどではないと結論づけ、嫌韓流をめぐる議論は一段落した[『世界日報』2006年1月12日付ほか]。

当初韓国社会の敏感な反応を呼び起こした嫌韓流だが、結果的には韓流展開の過去の足跡を振り返る契機となった。『京郷新聞』の社説「韓流を振り向かせる『反韓流』情緒」では中国や日本の反韓情緒は看過できない問題であり、韓流を再点検し、今後の発展方向を真剣に模索する必要があると力説した。「反韓流や嫌韓流の原因としては韓流の『一方性』が多く指摘される」とし、各国の文化的多様性と独創性を尊重し、相互交流への姿勢が必要だとし、過去の韓流展開をめぐる韓国政府やメディアの民族主義的な性向に大いなる反省を求めた[『京郷新聞』2006年1月3日付]。

メディアだけでなく関連業界や研究分野などからも、韓流の人気の原因を韓国大衆文化の優秀性から見出そうとする韓国社会の優越意識の表出や、その背景としての民族主義的な観点に対する反省を求めはじめた[バンほか2007:5; パク2007ほか]。

3.3.2 韓流の不振と「韓流の危機」に関する議論

嫌韓流をめぐる議論が落ち着いていくなかでも、ほかに韓流の展開における不安な要素は次々と登場してきた。日本の地上波における韓国ドラマの編成が大幅縮小されただけでなく、日本の大学で韓国語を勉強する学生の数が減っているなど、日本における韓流をめぐる否定的な知らせが韓国に伝わるようになった。何より、コンテンツの日本輸出額の面においても、ブーム時期のような勢いを失い、不振な様相を見せはじめたのは、韓国のメディアにおいて韓流に致命的な危機として捉えられるようになった。

韓国のメディアは、『日本テレビ』と『フジテレビ』が2005年秋から改編を通じて韓流ドラマ編成時間帯を廃止する」という、日本の『スポーツ日本』の2005年9月1日付の記事などを引用しながら、韓国ドラマが日本市場で徐々に競争力を失っていると不安の声をあげはじめた。むしろ日本のメディアでは、韓流ブームに伴う「アンチ」言説は常に存在してきたものの、韓流の終焉に関する直接的な言及はあまり見えなかったことに対して、韓国のメディアでは「韓流は終焉を迎えた」と危機する意見が多く見られるようになった[『ハンギョレ新聞』, 2006年6月10日ほか]。

2006年の韓国メディアにおける韓流に関する報道は、主に韓流の不振と危機に関する内容が多かった。2006年の前半には昨年の韓流ブームの影響から、「アン・ジェウク初訪日、成田空港にファン1,500名殺到」[『京郷新聞』, 2006年3月31日], 「イ・ビョンホン、日本人が選んだ俳優『トップ10』」[『京郷新聞』, 2006年4月8日]のように韓流スターの日本進出や活躍に関する肯定的な内容の記事が多く見られる。ところが同年の半ばから、「寒風吹きすさぶ韓流」[『ハンギョレ新聞』, 2006年6月10日], 「韓国映画輸出急減」[『毎日経済』2006年8月2日付], 「日本の韓流が消えてゆく」[『韓国日報』, 2006年12月11日]など、韓流コンテンツの輸出における不振の影響が出てきて、「韓流の危機」や「韓流の不振」に関する内容が徐々に増えていく。

たとえば、『東亜日報』は「韓流に寒流が流れる…3840万ドル赤字、輸出戦線非常」という記事から次のように述べる。

今年から映画、ドラマ、音盤など映像音響コンテンツの輸出戦線に非常がかかった。21日、韓国銀行が集計した「サービス貿易細分類統計(EBOPS: Extended Balance of Payments Service)」によれば、今年1月から7月までの映像音響コンテンツの輸出は9700万ドル、輸入は1億3540万ドルで3840万ドル赤字である。文化界で憂慮する「韓流の危機」が統計から証明されている。

(中略)

放送専門家たちは日本地上波テレビで韓国ドラマを見るのは段々難しくなっていると述べる。イ・マンジェ放送映像産業振興院の産業研究チーム長は、「日本で大人気を謳歌

した『冬のソナタ』以後、似ているストーリーの作品の量産で、日本内韓国ドラマと映画の人气が急速に冷めている」と分析した。

経済専門家たちは韓流危機に対して「決まっている素材とストーリーで競争力が落ちているし、文化従属を憂慮する輸入国の規制が強化されたせい」であると分析する『東亜日報』2006年9月22日付]。

当時、メディアだけでなく政府や関連業界、学術分野などでも議論の対象となっていた韓流の危機に関する言説は、上記の記事からも見られるように日本での不振、とりわけドラマや映画の需要が急減したことを主な原因と分析していた。だが、議論のなかで示す危機とは、日本における危機というより、韓流全般の危機として見なし、両者を区分しない傾向が強かった。

とくに韓流の危機を日本と関連づける報道では、日韓の政治摩擦の問題とも関わる部分がある。とくに2006年の末には、各出版社から「日国民57%『関係良くない』、対韓認識最悪『色褪せた韓流』」[『京郷新聞』2006年12月11日付]、「日本一枯れてしまった韓流熱風」[『ハンギョレ』2006年12月11日付]のように、日韓関係の悪化と韓流の沈滞を対比させる記事を頻繁に出している。これらの報道によれば、同年10月に日本で実施した「外交に関する世論調査」で「日韓関係が良くない」と答えた人の比率が歴代最高値である57.1%を占め、「韓国に対して親近感を感じる」と答えた人は48.5%で前年度比2.6%減るなど、日韓関係に対する世論は悪化していた。メディアはその原因が昨年日本総理の靖国参拝や竹島（独島）問題などの政治摩擦にあると判断し、2002年の日韓サッカーワールドカップ共同開催以降、両国友好を高める決定的な役割を演じた韓流がもはやその効力を失ったことを懸念していた。

ほかにも、前年の外交摩擦による日韓関係の悪化から、韓流が効力を失っていると懸念する記事が多く見られていたが、これらの記事は韓流の総体的危機を扱っているものの、その原因については日本市場での沈滞が主として語られていた。

一方で、同時期の記事のなかには、既存の韓流消費市場でなく、新しい市場での韓流の善戦に関する報道もある。たとえば、「LAに吹くオンラインゲーム韓流」[『韓国経済』2006年5月11日付]、「韓国 - ベトナム文化芸術人/『韓流 一方通行を越え文化交流へ』」[『ハンギョレ』2006年5月31日付]、「KIA車、フィンランドで自動車韓流の風」[『マネー투데이』2006年9月8日付]などの記事では、韓流がアラブ圏、タイ、米国、ヨーロッパまで勢力圏を拡大し、高く評価されている様子を伝えている。

韓流の不振と跳躍が共存する当時の韓流言説は一見矛盾しているように見えるが、これらの記事ではその興亡の対象が地域とジャンル別で区切られている。諸韓流商品のうち、この時期に活発な海外進出を見せているのは、ドラマや映画などの既存の主力ジャンルではなく、ゲーム、漫画、文学、飲食文化、韓国製品など、比較的新しいジャンルであり、その背景となる市場も日本ではない。つまり、2006年を前後とした韓流の危機に関する言

説では、新しいジャンルのコンテンツ輸出が地域的範囲を広げているにもかかわらず、日本における既存ジャンルの韓流消費の減少を韓流全般の総体的危機として捉えていたのである。

その後、韓流の展開に対する否定的な傾向はしばらく続いていったが、2007 年半ばからようやく落ち着いていく。2008 年からは韓流の危機や終焉に関する言説はあまり見られなくなった。韓流の対日輸出も成長の勢いを徐々に取り戻すように見られ、ふたたび肯定的な報道が増えてきた。「韓流、これからは中東・アフリカへ…」[『世界日報』2007 年 10 月 22 日付]、「韓流熱風は冷めてなかった」[『ソウル経済』2008 年 9 月 7 日付]、「韓流、アジアを越え中南米へ…」[『韓国財経新聞』2008 年 6 月 26 日付]など、日本における韓流現象がいまだに消し去ってはなく、また、新しい市場の開拓を図っている様子を伝え、韓流が健在であることをアピールする記事が続いていた。

3.3.3 「脱韓流」論と民族主義への批判

韓流の危機や終焉など、韓流現象の限界と問題点を示す諸議論が進むなか、「韓流」という言葉をめぐって、韓国大衆文化の持続的な発展と拡大のために「韓流」という名前を捨てるべきだという、いわば「脱韓流」論が提示されるようになった。

「韓流」という名称については、これまで多くの議論が展開されてきた。韓流には韓国を意味する「韓」が含まれ、英語でも「Korean wave」と翻訳され、やはり韓国の意味を表わす。したがって、「韓流」という名称には、映画やドラマ、音楽などのコンテンツより韓国という国家アイデンティティを浮き彫りにしてしまい、相手国の反感を受ける可能性があるという指摘があったのである[財団法人韓国文化産業交流財団 2011: 13]。

元々「脱韓流」論については、2005 年早くも李御寧（前）文化部長官が 2005 年の韓流関連国際学術セミナーにおいて同じ趣旨の内容で講演を行ったことがある。彼はその講演のなか、「『韓流熱風』という言葉自体、『流』と『熱』、『風』の文字が入っているのは、流れて吹いてしまえばお終いということを意味する」と指摘し、「韓流が持続するためには逆説的に『韓流』という言葉解体し、『韓国文化』という言葉に入れ替えなければならない」と述べたことがあった[『東亜日報』2005 年 2 月 21 日付]。

しかし、日本をはじめ、海外でよい評価を受け、その商品性が認められた「韓流」のネームバリューは、韓国社会に経済・政治的実益をもたらすもつとも有効なブランド価値として受け入れられ、韓流の国家ブランド作業が進むなど、韓流と韓国の国家アイデンティティを結びつけようとする動きがますます強くなっていった。このような動きは、一連の韓流における否定的な状況がきっかけとなり、韓流の持続に障害となり得る短期的な政策として見なされ、「脱韓流」論がふたたび議論を起こすようにしたのである。

たとえば、2007 年 2 月、『ソウル新聞』では次のような社説が載せられた。

芸能界で「民族主義」が話題になっている。芸能企画者パク・ジンヨン氏がインタビューで「政治権と言論が韓流を文化的疎通として理解せず、民族主義の枠の中に挟みいられている」と主張した。中国や日本はもちろん、東南アジアなどでも「反韓流」情緒をよく目にする状況から、これは見逃せない指摘であると言えよう。

パク氏は「民族主義で食う人が多すぎる」と指摘する。たしかに彼の指摘を引用することまでもなく、「韓流」に「民族」を加え商業的に利用する雰囲気が至るところで目撃される。

(中略)

既存の韓流は「韓国」というブランドを前面に出せなかったことからより早く広がったとも考えられる。中国や日本のような政治・経済における強大国のイメージがなかった点がむしろ長所としてはたらいだのではないか。

我々はもうより広い視野を持って接近する姿勢を必要とする。文化コンテンツを生産するとき国粋主義的態度を示すならば、韓流の未来は暗くなるしかないであろう。

(後略) [『ソウル新聞』2007年2月9日付]

この記事でインタビューを行ったパク・ジンヨンは、Rain, Wonder girlsなどを輩出した「JYP エンタテインメント」の社長であり、彼自信も韓国では1990年代に活躍した有名歌手出身である。彼は「最初は特定の形態を持たなかった韓流が、海外で成功し、徐々に韓国社会の関心を集めるようになってから、民族主義的性向が付与され、海外の反発を受けている」と指摘しながら、「メディアや政府の過剰な関心がむしろ韓流の発展に水を差している」と嘆いていた。また、彼は、『韓流』というブランドは民族主義的性向が強く、海外における「嫌韓」の原因となる」とし、『韓流』という国家ラベルを取り外すべきだと述べ、メディア上で韓流の民族主義的性向に関する議論を起こした[『世界日報』2007年2月8日付ほか]。韓流という言葉が発する韓国の国家アイデンティティーの強調を指摘し、国家の介入を抑制し、全的に市場の倫理に任せるべきだという彼の主張は、嫌韓・反韓言説によって台頭した韓流に民族主義的要素への反省と軌を一にするものであった。

メディア上では、韓流における民族主義の批判に関するパクの発言に対して賛否両論が起こり、民族主義や国粋主義などの概念を主題とし、さまざまな意見が交わされた。その後、『中央日報』の社説を通じて、韓流の一方向的な海外拡張戦略を批判し、韓国社会の外来文化に閉鎖的な態度を認め、あふれる排他的・利己的な民族主義を克服しなければならないとまとめられた [パク 2007 : 93-95]。

その後も、メディア上の韓流の名称をめぐる議論、または韓流における韓国の国家アイデンティティーの強調に対する批判と反省は続いていった。

(前略)

中国の言論が作り出した韓流という言葉には、既に韓国大衆文化の拡散を警戒する反

韓流の意味が内包されている。だが、国内では海外における韓流の人氣が、あたかも対象国の文化界を征服したように思い、「我がものだけが最高」という独善意識が澎湃していた。

(中略)

韓流は特定の意図と目的の下で誕生したものではない。映画やドラマの監督・制作者の努力の結果が、ある日アジア圏で流行するようになった。最初から「韓国文化の伝播」、「文化輸出の力軍」のような遠大な目的を全面に立てたら、決して海外から脚光を浴びることはなかったはずである。

(中略)

もはや観客は無分別な文化受容者ではなくなった。面白くもないものを韓国映画といって見てくれるわけがなく、海外の韓流消費者が韓流スターに無条件で熱狂することもない。韓流は「韓流」と呼ばれる以前の、アジアの普遍性に近接していた時点に戻らなければならない。我々が興奮に満ちて「韓流」を叫ぶと韓流は消滅する。「韓流」を捨ててから韓流が生き延びる [『韓国経済』2007年6月8日付]。

日本における不振を契機とし、韓流に対する総体的な危機を意識して以来、韓国政府の韓流政策や、関連研究の動向からも、海外への一方的な売り込みを止め、東アジア地域の互惠平等な文化交流という側面から接近すべきであると自覚する意見が多く見られた。だが他方では、実際に韓流が「脱韓流」への方向に進むことはなく、むしろ韓流は国家ブランド化政策に乗って以来、よりナショナル的な範疇から語られているように見られる。

その結果、既述のパクの以外にも韓流スターや芸能企画社など、主に韓流産業に関わる現場を中心に、脱韓流の議論が最近までしばしば語られている。韓流スターの代表的な存在であるペ・ヨンジュンも日本のある出版記念会のインタビューのなかで、「『韓流』は一方的な表現であり、これからは使わないでほしい」といいながら、「韓・日両国が交流する形で表現した方が好ましい」と自分の考えを披瀝した [『文化日報』2009年10月1日付]。

もちろん、このような脱韓流論が韓国の文化産業界や芸能界全てを代表する意見ではない。既出した X 氏のインタビューで、韓流のブーム以後、韓国の芸能界が日本社会の「韓流」のネームバリューに便乗して日本進出の活路を模索しているという彼の指摘のとおり、韓国の芸能界が自ら「韓流」の名札を付ける場合も多い [X 2011]。

だが一部においては、韓流の展開に韓国の国家アイデンティティーを強調する性向や政府の政治における韓流マーケティング戦略などが、海外の反韓流言説と相まって、韓流に直接かわる人々の危機意識を呼び起こした結果、韓国内の韓流をめぐる議論も多様化したのである。

他国の反韓流言説に対する対策として、一方的な売り込みを遠慮し、受容現地を配慮したマーケティングの工夫で韓国文化や製品のイメージを改善しようとする議論は政府政策でも同様に語られるものであった [文化体育観光部 2007]。だが、究極的には受容現地にお

ける親韓ムードを目指す政府戦略にと異なり、韓流における国家アイデンティティーへのこだわり自体から抜け出そうとする動きのような多様な意見が、芸能界や産業界の自らから出てきたのは注目に値する。

3.3.4 韓流の復興と「新韓流」

韓流をめぐる近年の議論の展開は、前述の「脱韓流」が提示するように、国家アイデンティティーの強調から脱する方向には向かっていないように見られる。一時期の不振な状況を乗り越えたと判断した韓国のメディアでは、ふたたび自国の大衆文化産業に対する自信を取り戻したような論調の報道が続いている。メディアは、「焼酎・マッコリ『韓流』熱風…日本などに輸出 23%↑」[『世界日報』2009 年 5 月 19 日付]、「イランにおける『韓流』の風」[『世界日報』2009 年 8 月 20 日付]、「『ゴルフ韓流』の主演たち、国内でビック・マッチ」[『ソウル経済』2009 年 10 月 12 日付]のように、韓国文化・韓国製品を海外に伝える際に「韓流」ブランドを活用することを惜しまない。同時に「韓流」という用語の無分別な乱用に対する批判も引き続いているが、「韓流」という用語は国内外を問わず一定の影響力を持っているふうに思われ、それなりのブランド化が進んでいるようであり、他方では、韓流の展開が韓国社会にとってはふたたび肯定的に見えていることを意味する。

映画とともに韓流の危機に関する議論の主な対象であったドラマジャンルは、日本市場においても過去の勢いをだいぶ取り戻した。日本の地上波放送局における韓国ドラマの編成数がふたたび増加し、2010 年 4 月から日本 TBS が韓国のドラマ『アイリス』を毎週水曜日夜 9 時に放映することを決定するなど、韓国のメディア上では韓流に対する肯定的な内容の報道が続いた。たとえば『京郷新聞』では「韓流ドラマ、日本ではブームを越え『ジャンル』としえ定着」という記事で、2010 年 8 月基準で日本の衛星放送 10 個チャンネルにおいて 1 週間に 36 本の韓国ドラマが放送されている状況を紹介しながら、「これほどの多くのドラマが放送されているのは、韓国ドラマが視聴者に要求されるターゲットとして確固たる位置を占めていることを意味する」という原由美子（NHK 放送文化研究所のメディア研究部長）の言葉を伝えた[『京郷新聞』2010 年 9 月 8 日付]。

日本における韓流にふたたび活気をもたらしたのはドラマだけではない。とくに 2010 年に入ってから「少女時代、日オリコンチャット 2 位」[『毎日経済』2010 年 10 月 26 日付]、「『韓流熱風』4Minute に任せてください」[『世界日報』2010 年 11 月 18 日付]、「韓流ドル KARA、今度は日ドラマ主演で Jumping！」[『アジアトゥティ』2010 年 11 月 20 日付]など、かつての「冬ソナ」ブームの光栄を思い出すかのように、日本における韓国の少女アイドル・グループの多大な人気を伝える記事が連日韓国のメディア上を占めていた。アイドル・グループを中心とした大衆音楽のブームが日本のテレビ上を賑わすなか、韓国のメディアではその状況に互応し、全般的な韓流の好況や明るい展望を示す記事が多く見られる。「韓流の未来」[『毎日経済』2010 年 10 月 24 日付]、「『韓流の力』…関連外貨収入史上

最大」[『文化日報』2010年12月17日付]などの記事では、「新韓流の熱風」、「韓流、第二の全盛期」などのような言葉を使って韓流の完全復活を伝えている。

また、『毎日経済』では「『韓流 2.0』がはじまった」という記事で、韓流の第二幕、新しいバージョンという意味で 2.0 という表現を用いて、文化産業の輸出額の増加や多様な分野の拡大、そして何より国家イメージの改善効果で韓国が世界中心に跳躍したと高く評価している[『毎日経済』2010年9月24日]。当記事の本文では、最初に韓流 2.0 の開幕はアイドル・グループ「少女時代」の2010年8月25日の東京公演に2万名のファンが集まったことからはじまったという。韓流の第一世代の主役は『冬のソナタ』を代表とするドラマジャンルであったが、2009年末から大衆音楽、演劇、ミュージカルなどジャンルを拡大していることを示している。

音楽ジャンルを中心とし、第二幕を迎えたと言われる韓流の現状においても、かつてドラマジャンル中心で全盛期を謳歌していた第一世代の韓流の時期においても、日本市場が大きく関わっていることは否定できない。

4. メディアにおける韓流に関する報道の考察

4.1 「韓流の危機」に関する議論の分析

日本における韓流のブームは、韓国の韓流に対する認識に多くの転換をもたらした。以上で概観した韓国メディア上の韓流に対する報道の姿勢には、日本における韓流現象の展開状況が大きく反映されていることが分かる。日本の韓流現象がブーム以後相対的に不振を見せはじめたことは、韓国のメディアの関連報道や関連機関の刊行資料、学術研究など、さまざまな韓流の関連分野で深刻に捉えられ、今後の韓流言説の方向性に強い影響を与えた。果して日本における韓流の落ちつきもしくは不振は、海外における韓流現象の全般の動きを含む言説において総体的な危機として捉えるほどの深刻なものであったのか。

韓流とは、そもそも海外における韓国の大衆文化、つまり、文化コンテンツ商品の海外消費を意味する[財団法人韓国文化産業交流財団 2009: 31]。日本におけるブーム以後、日本を含む海外における韓流の消費状況については、韓国の大衆文化産業の対日輸出額及び海外輸出総額の推移を見れば一目瞭然である。

まず、韓国の主要韓流ジャンルである、テレビドラマを含む放送番組、映画、音楽、出版物（漫画を除く）、漫画、アニメーション、ゲーム、キャラクター商品の海外輸出総額の推移は下記の図 5.1 のとおりである。

その結果を見れば、日本のブームの影響で、韓流現象全般の全盛期と言える 2005 年度の海外輸出総額 12 億 2,140 万ドルは、いわば韓流危機論が台頭した 2006 年にも、12 億 9,216 万ドルに小幅ではあるが増加している。諸ジャンルの日本輸出額は減少しているが、全体の輸出総額が減少したわけではない。

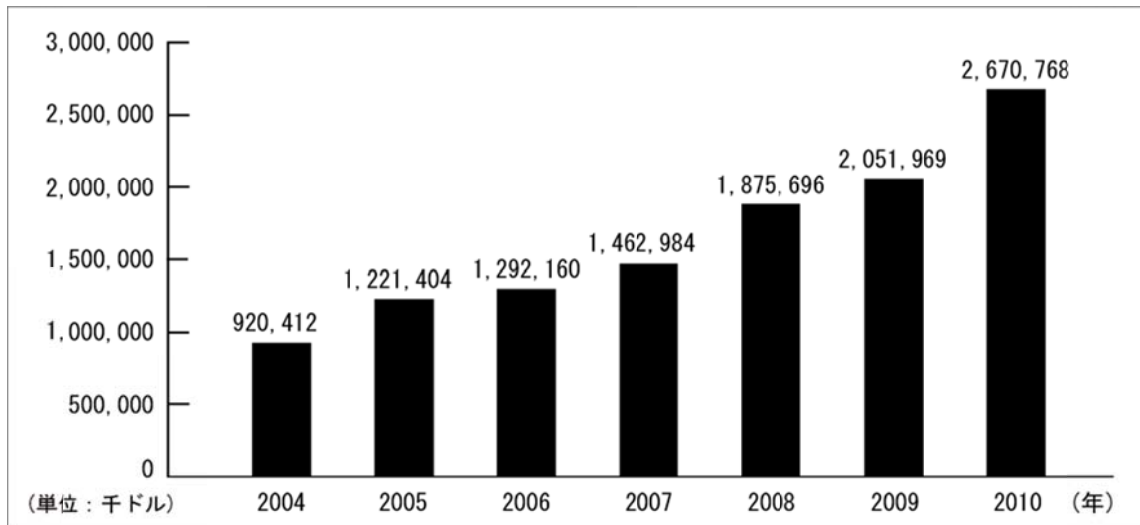


図 5.1：韓国の韓流コンテンツの海外輸出総額の推移（文化体育観光部，韓国コンテンツ振興院の刊行資料をもとに作成）

韓国の文化体育観光部の刊行資料である「2007 文化産業白書」によっても，地上波の放送が「反韓流」の雰囲気によって前年に比べ若干減少しただけでなく，映画においても，南米では小幅増加したが日本での興行失敗が大きく作用した結果，アジア地域では輸出が大幅に減少したと報告している。しかし，放送番組，映画，音楽，出版物，漫画，アニメーション，ゲーム，キャラクター商品，広告，エデュテインメントの，韓国の文化コンテンツ産業の輸出総額は前年対比 11.1%増加している〔文化体育観光部 2008〕。

結局，2006 年，韓流に訪れた不振や危機とは，韓流全体に該当する危機というより，日本という地域に限った不振であり，また一部ジャンルに限った現象であったと言える。

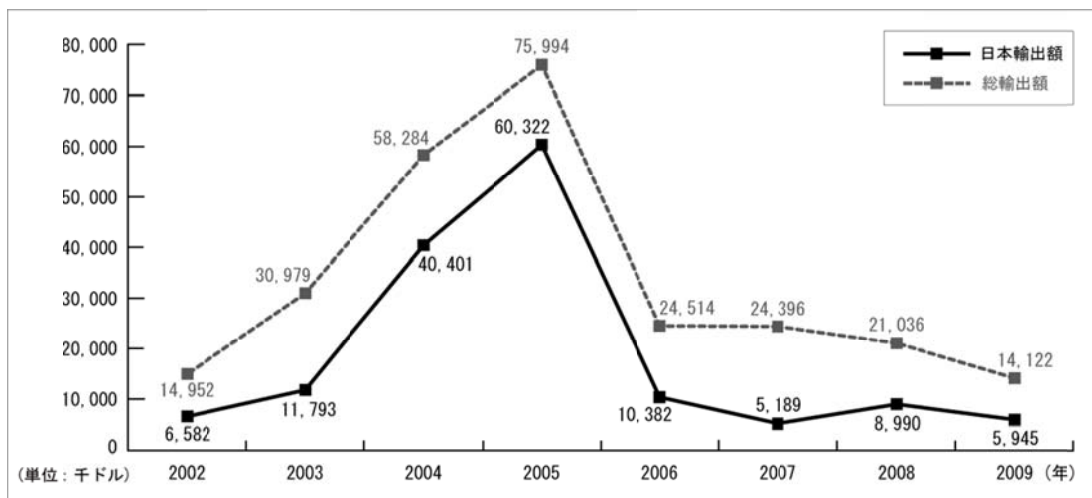


図 5.2：韓国の映画産業の海外輸出総額及び日本輸出額の推移（韓国コンテンツ振興院，映画振興委員会

の刊行資料をもとに作成)

たとえば、上記の図 5.2 から見られるように、2003 年 1,179 万ドルだった韓国の映画産業の日本輸出額⁽⁶⁾は、2005 年 6,032 万ドルまで伸びたが、2006 年には 1,038 万ドルまで大幅減ってしまった[映画振興委員会政策研究チーム 2007；映画振興委員会映画政策センター 2010]。図のとおり、韓国の映画産業の海外輸出総額のうち日本輸出額が占める割合が高く、両者は同じ増減のパターンを示している。ブームの最中であった 2005 年度には、日本輸出の比重が全体の 79.4%を記録するほど高かったことから、海外輸出総額も日本における韓流ブームを背負って 7,599 万ドルという成績を上げたが、2006 年には 2,451 万ドルまで大幅減少し、その後も緩慢でありながら減少傾向が続き、韓流ブーム時の勢いを取り戻せない状況である[映画振興委員会映画政策センター 2010：36]。

しかし、映画ジャンルを除いたほかのジャンルにおいては、この時期の日本への韓流コンテンツの輸出状況がそれほど深刻な状況だったとは言えない。

一方、音楽産業の場合は、世界市場が全般的に減少する流れであるが、韓国の音楽産業の海外輸出総額は 2004 年の 3,421 万ドルで歴代最高値と記録した後、2005 年から早くも減少し、2006 年には 1,666 万ドルで、たしかに不振を見せる。だが、2003 年度の輸出総額が 1,331 万ドルであったことから考えると、2004 年の成長の勢いが大きかった分、2006 年には平年の水準を取り戻したことになる。2005 年までの韓国の音楽産業の国家別輸出額は、レコード輸出のみの資料となっており、全体音楽産業の輸出額の情報が入手できないため、2005 年の日本輸出額は分からないが、2006 年の日本輸出額は 1,430 万ドルで、海外輸出総額の約 85%を占めており、むしろ深刻な状況が訪れるのは翌年のことであった [韓国コンテンツ振興院 2006；文化体育観光部 2007]。

ところで、韓流危機論のもっとも注目の対象となったのはテレビドラマの分野であった。当時、韓国のメディアが注意を払って報道していた、韓流ドラマを含む放送産業の日本輸出額は、2003 年から韓流ブームに伴って激しい勢いで輸出が増加し、2005 年に歴代最高値である 6,551 万ドルを記録したが、2006 年には 4,763 万ドルに減少し、成長にブレーキがかかった⁽⁷⁾。しかし、韓国の放送産業の輸出総額は、2005 年度の 1 億 2,176 万ドルが、韓国でいわば「韓流危機論」が台頭しはじめた 2006 年に 1 億 3,391 万ドルと、むしろ 1 千万ドル以上が伸びていた [韓国コンテンツ振興院 2011；文化体育観光部 2006a]。

映画産業の不振のよう、ジャンルにより多少の差は見せるものの、ほかのジャンルの成長によって、結果的に韓流産業の海外輸出は小幅であるが増加していた。また、2006 年の不振の原因となった日本輸出の減少も、本当の意味で成績の不振だったとは言えない。それは、2004 年から 2005 年にかけて日本の韓流ブームを背負って可能となった、前例のない激しい急成長に対する一時的な反動現象として見るほうが正しいではないかと考えられる。それにもかかわらず当時の韓国社会は、この現象を韓流の総体的危機として捉え、韓流業界では、これまでの一方的な韓流の売り込みを反省しながら、日本市場への長期的な戦略

と議論の必要性を痛感するようになった[映画振興委員会政策研究チーム 2007 ほか]。韓流の展開において、日本市場はほかの市場より特別な位置を占めていたのである。

2006 年を前後として韓流の危機に関する議論が台頭していた時期にも、韓流は、中国や日本のような既存の市場である東アジア地域を超え、新しい伝播エリアを拡張していた。また、ジャンル別においても、映画やドラマのような既存の人気ジャンルの代わりに、キャラクター商品やゲーム、アニメーション、ファッションなどの相対的に新たなジャンルが成長を続けていた [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 31-32]。

だが、これらのジャンルと勢力圏の拡大が既存の主要市場における主力ジャンルの不振がもたらす不安を抑えることはできなかった。2006 年を前後として韓国のメディアで台頭した韓流の「危機」に関する言説は日本市場の動向と関連づけられていることが多い。そして、関連記事の内容を見るかぎり、「韓流の不振」と「日本における韓流の不振」の区分を明確にしない。前述したとおり、2006 年を前後とした韓流の危機に関する言説の特徴は、日本における既存の人気ジャンルの韓流消費が減少したことが韓流全体の危機につながると認識していた点である。

たしかに、経済的規模から日本は文化産業の消費市場として重要な位置を占める。2004 年、2005 年のブーム以来、韓流輸出国家の中で日本は常に高い比重を占めてきた。韓国コンテンツ振興院の資料によれば、たとえ不振の様子が強かった時期であったとした 2006 年においても、日本は韓国の文化コンテンツ産業の輸出市場のうち 27.3%を占め、占有率 1 位を守っていた [韓国コンテンツ振興院 2012]。しかし、韓国のメディアが韓流の消費市場として日本を優先視する背景には、単純に経済的な面だけが考慮されているわけではない。その手がかりとして、まず「韓流危機論」の中で主な議論の対象となったのは、とりあえずドラマと映画ジャンルであったことに注目される。

2004 年から 2005 年にかけ、日本における韓流ブームを牽引してきたテレビドラマや映画など、既存の主力ジャンルの対日輸出額がブーム以後落ち着きを見せはじめたのはたしかである。ところで、ドラマを含む放送ジャンルは、輸出額の規模とは関係なく、テレビという媒体的特性を考慮するとき、文化的な相互作用を誘発するにおいてもっとも有効な媒体である [ハ、ヤン 2002 : 69]。つまり、地上波から放送されるドラマなどが社会的・文化的に及ぼす反響が非常に大きいので、海外に対して韓国のアイデンティティを全面に出して強調しようとする近年の韓流展開の方向性を考えるとき、ドラマジャンルが優先視されるのは想像に難くない。

ただし、ここでドラマといった主力ジャンルを優先視するとき、その背景が日本となっている条件を看過してはいけない。たとえば、2006 年に韓国のドラマを含む放送産業の海外輸出の減少には、日本市場だけでなく、中国における不振が大きく関与していた。当年中国政府は審議や編成の規制を行い、韓国の放送映像コンテンツの輸入を厳しく制限した。同様に台湾の場合も、ドラマ『チャングムの誓い』の大ヒットで 2006 年までも韓国の放送産業の輸出実績は大きい成長を見せていたが、韓流の人気に対する自国芸能界の反発が激

しく、2006 年から視聴率がもっとも高い時間帯には外国ドラマの放送を 30%に制限するなど、韓流の進出にブレーキがかかったのである[財団法人韓国文化産業交流財団 2009:59]。しかしながら、メディアの報道をはじめ、韓流の危機に関する言説で大きく捉えられていたのは主に日本市場における否定的な状況のほうであった。とくに当時の韓国メディアは、日韓摩擦や日韓関係に関連する世論調査の結果と連携して、日本発の韓流に関する否定的な報道と日韓関係の悪化を組み合わせる傾向が強かった。

そもそもドラマが韓流の主力ジャンルとして扱われるようになった背景には、多くの人が日常から接することができるという媒体としての特性以外にも、日本における韓流ブームのきっかけとなったドラマ『冬のソナタ』の存在が大きくはたらいっている。関連グッズ、観光、DVD など、ほかのジャンルの消費まで波及される追加的効果による高い経済的価値だけが評価されているわけではない。ドラマ自体が日本社会で受けたスポットライトや韓国に対する関心の増加、ほかにドラマと関連した一連の社会現象が連日日韓のメディアで報道されたことは、韓国社会において特別な記憶だったのである。映画もやはり、ドラマより先に日本社会の衆目を引いたジャンルとして意義を持つので、韓流の関連機関や業界の間でもドラマを含む放送ジャンルと映画ジャンルを優先する場合が多く見られる[梁 2007:137]。

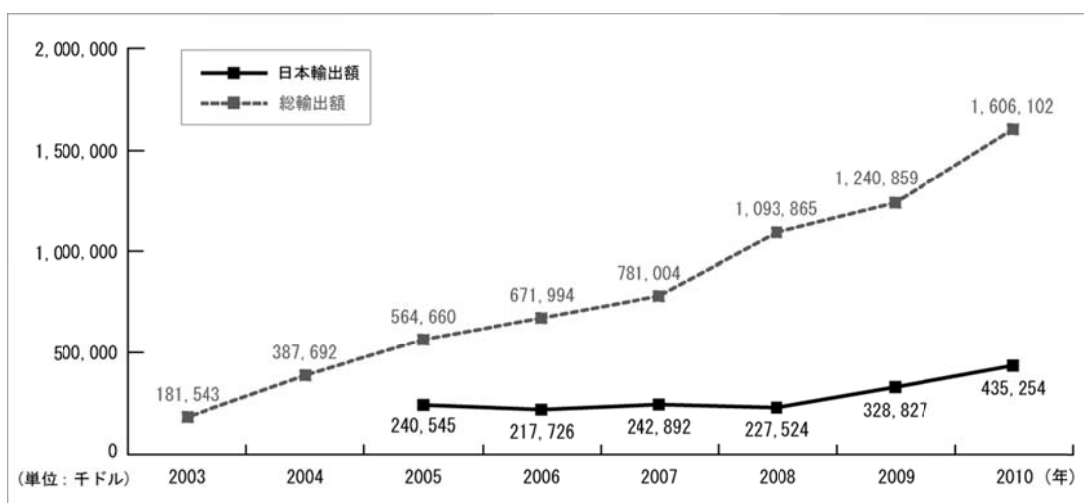


図 5.3：韓国のゲーム産業の海外輸出総額及び日本輸出額の推移（文化体育観光部，韓国コンテンツ振興院の刊行資料をもとに作成）

これらに対し、日本におけるブーム以後から徐々に成長しはじめたほかのジャンル、いわば非主流ジャンルの場合はテレビドラマや映画などの主流ジャンルに比べ、韓国社会の衆目を集めることには及ばなかった。たとえば、もっとも安定的に好成績を上げているゲームジャンルは経済的価値は非常に高いが、韓国の表象化には適していないと考えられ、韓流を論じるときゲームジャンルが衆目を集めることはあまりない。上記の図 5.3 から見

られるように、2006 年の韓国のゲーム産業の輸出総額が 6 億 7,199 万ドルで前年より 1 億ドル以上の金額が増加したことも金額面では十分大きかったものの、ドラマや映画ジャンルがもたらす不振に対する不安を抑えることができなかった。ドラマや映画のように、韓国のイメージを色濃く表わしたり、日本社会に韓国を認識させたりすることもなく、日本社会から注目を受けたこともないので、輸出額の規模とは関係なく、韓流の主流にはなれないのである。

また、2003 年までに中国内ゲーム市場の 9 割近くを占めていた韓国産ゲームの占有率は、2005 年に 49%まで落ちた[文化体育観光部 2006a]。しかし、このことが韓流の展開において深刻な状況として捉えられたわけではない。当時の状況に関しては、中国ゲーム市場の状況など、さまざまな要因⁽⁸⁾が考えられるが、当時の韓国社会の落ち着いた反応は、2006 年の韓国社会で台頭した「韓流危機論」においてドラマや映画の不振に敏感に反応したこととは対照的である。

要するに、「韓流危機論」のとき、ゲーム、漫画などのように韓国の表象化に適していないジャンルの売れ行きの好調は取り立てて論じられず、ドラマや映画などの主流ジャンルの不振が日本全体の韓流の下向きと捉えられ、さらに日本での下向きが韓流の総体的危機として捉えられた。このことから、韓流の発信側である韓国社会は、韓流の成功の意義を、必ずしも経済的収益のみには置かないことがうかがえる。

金は、既出したインタビューにおいて、韓流の危機に関するメディア上の議論について、メディア、とりわけ新聞媒体のような言論は、一日単位で物事を分析しなければならないため、一連の韓流の危機や終焉に至る言説に長期的な視座からの判断が欠如していたと指摘する[金泳徳 2011]。たしかに、このようなメディアの意見を全面的に収斂するには無理があり、金の指摘のとおり、文化現象に対してはより長い視点で反省や議論を提示する姿勢が必要である。

だが、2006 年を前後とした韓国メディアや、文化産業及び韓流に関わる政府機関の政策報告書などから見られる韓流の危機に関する議論や言説には、一日単位で記事を報道・分析しなければならないメディアや、四半期などの単位で政策を樹立・施行しなければならない政府機関の事情による短期的な視点の問題のほか、日韓関係の特殊性が強くはたらいっていたのである。日本の韓流ブーム以来、韓流の展開過程において韓国は日本を絶え間なく意識してきた。韓国社会における韓流の危機に関する言説は、韓流によって日本社会で韓国の国家イメージが向上することに対する韓国社会の過剰な期待からはじまった敏感な反応として捉えられる。

4.2 韓流に関する報道における民族主義の性向

以上では、韓国メディアのこれまでの韓流の展開過程による関連報道の流れを概観し、とくに 2006 年を前後として台頭した韓国のメディアにおける「韓流危機論」の分析を通じ

て、韓流の全般的な展開において日本の韓流現象が持つ意義が特別なものであることを確認した。その結果、日本の韓流現象が特別な意義を持つ背景には、大きな消費市場としての重要性のほか、日韓関係の特殊性が大きくはたらいっていることがうかがえる。

日韓関係の特殊性は、韓国メディアの韓流報道の様相にも大きな影響を及ぼす。前述したとおり、メディアの報道は事件の実体が客観的に伝えられているというより、社会的に「再構成された現実」であるという認識が多く、多くの言論学者によって広がっている〔Gitlin 1980 ほか〕。イデオロギーが内在するメディアの特質から、韓国メディアの韓流報道においても、日本の韓流現象を眺める特定の方式が存在すると言える。たしかに、これまで日韓関係の特殊性を背景として、両国間の懸案に関する韓国メディアの報道のありようは、韓国社会の民族主義とりわけ反日情緒に訴える性向が強く、日韓間の心理的な距離を維持する要因ともなってきた〔小針 2004〕。同様に、日本における韓流の報道についても、日韓間の長年の葛藤や相互認識のズレが背景として作用してりる限り、客観的な報道を期待するのは難しいかも知れない。

たしかに、日本における韓流現象を伝える韓国メディアの報道の姿勢からは、過剰な扇情主義的要素が読み取られる。「冬ソナ」現象や「ヨン様」ブームのような、日本における一種の社会現象を伝える多くの記事の題名や本文では、誇張した表現を用いて読者を刺激していた。そしてこのような扇情主義の蔓延は、愛国という名目の下、韓国社会の民族主義の強化を助長するものでもあった。

もちろん、このような扇情主義に満ちた韓国メディアの表現の仕方は、韓流現象だけに限るものではない。前述したように、過去、韓国社会の日韓問題に関連する報道様態でよく見られた扇情主義のありようは、政治的な目的のために韓国国民の反日情緒や民族主義を高揚させるものであった。その名目が民族の団結であったことは言うまでもない。また、過去の韓国社会における日本大衆文化の開放をめぐる諸議論が、反日感情に代表される民族主義の観点から行われてきたことも周知の事実である。一般に、民族という同一性を維持するためには、自らの文化の保護と伝受が核心要素として扱われる〔キム・グァンソク 2007 : 87〕。カステルによれば、文化ナショナリズムは外来勢力からの脅威が現したとき、住民の文化的アイデンティティーの創造・保存または強化を通じて、民族共同体を再生しようとする目的を持つ〔Castells 1997 : 31〕。そのような意味で、日本大衆文化の国内流入を文化帝国主義の侵略と断定し、排撃・拒否しようとしてきた韓国内の日本文化をめぐる諸議論は、抵抗ナショナリズムの性向を強くもっていた。

これまでの日韓関係において、両国間のナショナリズムの衝突は、さまざまな摩擦関係と呼ばれてきたが、少なくとも韓国の立場からみれば、そのナショナリズムの表出は政治の領域に限ることなく、文化の領域においても激しいものであった。近年の韓流現象についても、韓流を経済の論理から商品として見るのではなく、文化として扱う場合、範疇化の枠としての民族意識がはたらくようになり、結果的に民族主義の要素が介入するのは自然のことであると言える。

だが、韓国メディアの韓流報道における態度の動向から見られるとおり、日本におけるブームの以前においては、韓流現象自体、メディアの支持や韓国社会全般の注目を受けることはあまりなかった。そういった点で、韓流現象が日本でブームを呼び起こしたことは大きな意味を持つ。

日本の韓流以前の時点においては、韓流現象は韓国の経済規模と同等もしくは多少小さい国を中心に広がってきた。それに対し、日本は世界的な経済大国であり、韓国より先進国として認識されてきた。何より文化コンテンツに関していえば、世界中に自国のコンテンツを輸出する文化大国でもある。そのような日本で韓国の文化商品が認められることは、韓国の文化商品の競争力の向上を意味し、過去、日本大衆文化の国内流入に不安と心配のまなざしを向けていた韓国社会とりわけ文化産業界に大きな自信を与えた[ユ 2005:224]。

このような自負心の高揚によって、韓国社会の韓流に対する評価は一新した。韓国政府は韓流コンテンツの制作支援のみならず、海外進出と広報にも積極的に関与しながら、韓流に「国家の未来を開く新たな成長動力」という意味を付与した[イ・ドンヨン 2006:187]。だが、韓流が日本での成功を契機として本格的にナショナルな枠組みのなかで論じられるようになると、国策事業の性格を持つようになり、国家主義や民族主義の介入がいつそう強くなってきた。

日本の韓流ブーム以後、韓国メディアの韓流報道の様相では、民族主義の要素が強化していることがよく見られる。日本の韓流ブームは韓国のメディアの韓流報道の姿勢にも大きな変化をもたらしたが、当初の海外の韓流現象に懐疑的かつ冷静な態度を取っていた韓国のメディアが、日本のブームを基点として積極的に韓流の支援や広報の声を上げていることが見られる。そして同時に、韓国メディアの韓流報道では民族主義的な性向が強く感じられるようになった。

韓国における一連の韓流に関する報道では、韓流現象の原因として韓国文化の優秀性を強調する主張がよく見られるが、このような自文化に対する優越意識は、民族主義の表出にほかならない。木村は、あるネーション発と目される現象を、全人類が共有すべき「普遍」的価値の観点から説明する場合には、必然的にこの現象の価値は大きなものとなり、ときに「世界に冠たる」現象であると理解され、ナショナル・アイデンティティーは大きく刺激されるという[木村 2007:208]。日本における韓流のブームにより、韓国の大衆文化は世界に共通する普遍的価値、優秀性を獲得したと韓国社会から見なされ、自国文化に対する文化的なヘゲモニーの獲得を正当化しようとする一連の動きが、政府や学界、そしてメディアのありようから頻繁に目撃されるのである。このような、韓流の議論における民族主義的な性向は、経済の論理と結びついて膨張主義、または、「亜流」文化帝国主義⁽⁹⁾の傾向を持つ可能性があり、多くの論者により指摘を受けながらその議論を展開している[キム・グァンソク 2007:86]。

ところで、日本のブーム以降、韓国社会の自国文化に対する自負心が拡大し、民族アイデンティティーや民族主義が刺激される背景には、単に日本が韓国より優れた文化産業市

場である点だけがはたらいた結果ではない。繰り返しになるが、韓流の全体的な展開において、多くの韓流受容国家のうち日本が特別な位置を占める原因としては、経済規模や産業水準の問題より、日韓関係の特殊性に起因するところが大きい。韓国にとって日本は単純に隣の先進国を意味するのではなく、絶え間なく韓国社会の民族主義を刺激する対象となってきた。韓国政府の支援を背負っている韓流が、韓国の対外イメージの向上手段という国家ブランドとなった以上、国家主義や民族主義が介入しやすくなる。

岩渕は、日本の大衆文化振興策である「クール・ジャパン」に関する議論において、日本の文化力の高まりが欧米のメディアによって報道されていることを強調する傾向があると述べながら、欧米、とくに米国のまなざしを通して日本のナショナル・アイデンティティと誇りが構築されている点を指摘する〔岩渕 2007 : 85〕。日本にとって米国は、文化を含むあらゆる面で世界の一流強大国であると同時に、かつて自国に敗戦と占領をもたらした国でもある。日本が自国の文化力を論じる場において米国を意識するのと同様、韓国の韓流認識においても、韓国の日本に対する民族主義的な意識がときに反感と憎悪、ときに嫉妬と憧憬が混在する形で、作用しているのである。

イも、メディアの民族主義的性向が強い報道のありようや、韓国社会の自信に満ちた韓流言説について、文化ナショナリズムが韓流に対する国家的・大衆的自負心を表出させているが、それは他方では、過去、日本の植民地支配に対する文化的コンプレックスへの反作用でもあると指摘した〔イ・ドンヨン 2006 : 189〕。日本における韓流現象を、刺激的な表現を用い、勝戦報告のように興奮に満ちて伝える韓国メディアの報道の様子は、長年にかけて韓国社会の根底に存在した日本に対する被害者意識の反映である。そして、これまでの自国文化に対する防御的・消極的態度は、もはや攻撃的・積極的な態度に変化し、「亜流」文化帝国主義の支配論理を踏襲しているのである。

20 年が経たないうちに、文化の輸出入を眺める韓国社会の視覚は変化した。1980 年代の進歩派にとって文化帝国主義は人気のある概念であって、その事例はハリウッド映画の合法的な浸透や日本の「三流」文化の不法的な浸透であった。大学時代パノンの『黒い顔・白い仮面』のような禁書を読んだことのある世代にとって、映画『RAMBO』や日本マンガに熱狂する世代は、新植民地の非主体的な愚民と見なされた。ところで、我々はもはや韓流のアジア「征服」を語り、進歩的論者も新自由主義と国家主義が混合した語調で「世界に広がる韓国文化の威力」に対して賛美する。

中国やベトナムの言論が、韓国の 1980 年代を思い出すかのような語法で韓流の我流帝国主義的な本質を言及すると、韓国言論では「逆風」と描写し、否定的なまなざしを向ける。

（後略〔『ハンギョレ』2005 年 6 月 21 日付〕）

上記の社説から見られるように、過去、文化の発信国というよりは、主に受信国の立場

であった韓国は、米国や日本の巨大資本に対して文化ナショナリズムの論理で抵抗してきた。近年、韓流を通じてようやく文化発信ができるようになった韓国社会が展開している韓流の拡張をめぐる議論では、一方的に他国へ韓流を売り込むことさえも、韓国文化の優秀性、民族の誇り、東アジアの連帯認識の形成などの言葉で美化されている。

キムは、韓国社会の韓流議論の性向について、「民族主義的」な観点から韓流を見る立場はもちろん、民族主義に反発する「警戒論的」な観点においても実は民族中心の論理から抜け出されない傾向があり、さらに東アジア地域の互惠平等交流を主張する「文化交流的」な観点においても、依然として自民族・自文化中心の論理がはたらいっていると批判する〔キム・グァンソク 2007〕。

本章の考察を通じて、韓国のメディアの韓流報道における民族主義の介入が確認できたが、その民族主義が強化する時点は、日本におけるブーム以後である。

国家主導ではあれ、資本の論理に従いつつ、文化コンテンツ産業として出発した韓流は、「強い韓国」の建設という国家主義の欲望を受け、「文化大国」というイメージの表象化を図ってきた〔ベック 2005〕。その表象化の作業における共助関係の主体は、そもそも政府と韓流商品の製作に関わる民間企業に限られていたが、2004 年からの日本の韓流ブームをきっかけとし、メディアを通じて社会全般に広がることとなった。日本進出を果たし、真の意味で国家ブランドとしての地位を獲得した韓流は、日韓関係の特殊性から起因する長年の韓国社会における文化的コンプレックスの解除の手段となった。しかし、この時期を境としてエスカレートした韓流議論における民族主義の強化は、海外進出において国家間競争や葛藤関係と呼び起こし、かつて韓国が日本文化に対して閉鎖・排撃の立場を貫徹したことのような、相手国の反韓流言説を生み出す恐れがある。

戦後からこれまでの韓国社会の民族主義（ナショナリズム）は、帝国主義に抵抗する性向を持つものであり、韓国の民族主義の展開に日本は絶え間なく影響を及ぼしてきた。近年の韓流現象の展開においても、韓国の民族主義を大きく刺激したのは日本市場であった。今後、韓流が日韓関係の展開にどのようなはたらきを見せるかについて日韓両社会の注目を受けているが、日韓関係の特殊性が今後の韓流展開に及ぼす影響についても考察の必要性が浮び上がる。

5 おわりに

「2007 文化産業白書」の発刊辞で当時の文化体育観光部長官であったユ・インチョンは、「韓国の文化産業は目覚ましい成長を遂げてきたが、量的成長に比べ質的发展がかなえられなく、文化産業の危機論が出てきているが、今ふたたび危機と跳躍の岐路に立っている」と述べている〔文化体育観光部 2008〕。

上記の量的成長と質的发展のアンバランスというのは、産業規模の増大やコンテンツ水準の向上によって韓流現象が世界へ広がっているが、受容国家によっては反韓流の反発も

あり、文化疎通が円滑に行っていない状況を指している。彼の言うとおりに韓流が質的成熟を果すならば、韓国の対外イメージを改善させ、ソフトパワーとして活用することもできるだろう。その文化の力を展開する対象として、まず日本が浮かび上がるのは言うまでもない。

木村は、日本社会における韓流の成功が、韓国大衆文化の普遍的価値を持って語れるようになった韓国に自負心を持たせ、文化産業においては、韓国がもはや日本を過剰に意識する必要がなくなり、日本への関心が減退するようになったと述べている〔木村 2007：221-225〕。たしかに、日本での韓流ブームが韓国の文化産業の競争力の向上として解釈され、自負心をもたらしたことは事実である。しかし、長年の日韓文化関係史のなかで常に日本を意識してきた韓国社会の態度は、近年の韓流の展開においても依然として維持されている。

ここまで概観した韓国メディアにおける韓流言説から分かるように、10 年余りの韓流の歴史において、もっとも韓国内で韓流に衆目が集まった時期は、2004 年から 2005 年の日本におけるブームの時であった。日本のブームを基点とし、もっとも有効な国家地位の向上手段として認識された韓流は、政府と関連業界だけでなく、さらにメディアや一般大衆の呼応を受けるようになった。しかし、その結果、韓流を通して文化ナショナリズム的要素が強く噴出するようになり、日本に対する文化的コンプレックスを克服する役割を果たすことが期待されたのである。ゆえに、韓流の危機に関する言説に見るように、日本での期待以下の成績がメディアにより誇張報道され、韓流全般の消滅に関する言説を呼び起こすほど、韓流の展開において日本市場の意味は特別なものであった。

韓流をめぐる言説も評価も様々であるが、その評価のひとつとして、日本における韓流が日韓関係に肯定的にはたらくと期待を寄せられるものがある。たとえば岩渕は、日本における韓流の進展は長い間日本と韓国の間の文化交流が閉ざされてきたことの揺り返しであり、日本は、韓流により、「近くて遠い」と思われてきた隣国の否定的なイメージを覆すような新鮮で親近感のある顔を発見したと述べている〔岩渕 2007：162〕。そして、多くの韓流関連報道では日本における韓国のイメージの向上や韓国人に対する好感度の上昇を伝え、さまざまな関連研究においても韓流により日韓両国の距離感が短縮されたことが語られる〔毛利 2004；ファン 2009 ほか〕。

親しみのある大衆文化の交流を通じて、過去の歴史問題による葛藤関係に和解をもとめる発想は、韓流に限る話ではない。元々日本の大衆文化が韓流以前に東アジアを席卷していたときも、中国や台湾、韓国など過去に日本と歴史的葛藤の関係を持っていた諸国における日本大衆文化の消費が、日本に対する親しみを呼び起こし、根強い反日感情を弱め、歴史問題が克服できるという期待をめぐる議論もあったわけであるが、過去に真剣に向き合いつづけることなく、単にイメージ外交による安易な過去の清算を目指しているといった批判もあった〔岩渕 2007：25〕。

近年の韓流現象についても、大衆文化の親近感を活かすイメージ外交というより、意識

的であれ、無意識的であれ、長年隣国に目を向けることを避けてきた日本に、韓国という存在を強く刻印させた点では大きな意味を持つ。しかし、最近見られる民族主義的な要素に満ちた韓国社会の韓流議論は、日本を含む諸韓流受容国家の拒否感を呼び起こし、相互排他的な民族主義の衝突につながる危険性を含んでいる。

日本における韓流現象の不振を契機とし、一時、韓国の韓流に関する議論上の民族主義に対する批判と反省が公論化し、メディアにおける民族主義性向の報道のありようにも自粛が求められた [キム・グァンソク 2007 : 64]。だが、東アジアの相互依存性の拡大と韓国の文化アイデンティティの定立という二つの目標を同時に遂行しようとするさまざまな韓流議論は、いまだに民族主義の論理から脱していないように見られる。

日韓関係における韓流が持つ意義は、両国の政府間の摩擦を抑えてきた草の根の相互交流という点にあった。韓流が真の意味で開かれた文化交流を志向し、日韓の両国民間の友好に肯定的にはたらくためには、メディアの役割が重要である。一般大衆がある実態を認識するにおいてもっとも影響を及ぼすのは、政府の政策や学術研究の分野より、マスコミの報道の力が大きい。近年は、過去の歴史問題をめぐる国際葛藤がメディア上で懸案になるたび、インターネットなどを通じて日・中・韓 3 か国の相互排他的なナショナリズムが一般大衆の間でも衝突しがちである。このような状況の下、自国の民族主義に訴えるメディアの報道姿勢は、短期的には自国内の韓流に対する関心を喚起させるかも知れないが、長期的には韓流の展開において、海外進出を低害する要因ともなり得る。韓流が他者との混成と交流の場として作用するために、日本の韓流現象に対する韓国メディアの報道の姿勢は極めて重要な位置を占めていると言える。

第六章 日韓両国民の韓流認識と相互感情

1 はじめに

2010 年は日本の韓国植民地支配から 100 年が経った年で、日本の NHK 報道局と韓国の KBS 国際放送は 20 歳以上の日本人 1,473 名、韓国人 1,000 名を対象とした、両国民の歴史認識の差や日韓関係に対する意識などに対する調査を行った。当調査の結果によれば、現在の日韓関係に対して日本人の 62.1%が「良い」と回答し、韓国側では 39.2%が肯定的に評価しているという結果が出ている。一方、韓国人が最初に思い浮かぶ日本人として、20.8%の人が伊藤博文を挙げてもっとも多く、次に小泉純一郎元首相が 9.7%、フィーギャー選手の浅田真央が 8.4%、野球選手のスズキイチロが 6.4%などの順であった。それに対し、日本側では、最初に思い浮かぶ韓国人として選ばれたのは俳優ペ・ヨンジュンが 20.8%でもっとも多く、次に金大中元大統領が 7.6%、李明博大統領が 7.3%、俳優チェ・ジウが 4.3%などの順となっている [『放通融合ニュース』, 2010 年 8 月 5 日]。

これらの結果からは、韓国側が日本に向けているまなざしは依然として政治的性向が強く見られるが、日本の場合、近年の韓流現象が韓国へ向けるまなざしに大きな影響を及ぼしていることがうかがえる。

また、日本の朝日新聞と韓国の東亜日報が共同で行った世論調査の 2010 年の結果においても、日本人が思い浮かぶ韓国人一人を挙げる設問で、ペ・ヨンジュンが 23%で飛び抜けており、ほかの回答にもチェ・ジウ、イ・ビョンホン、東方神起など、韓流スターが目立つ。そして、日本で普段韓国の食材や料理を「よく食べる」と「時々食べる」の答えを合わせて 47%、韓国のドラマや映画を「良く見る」と「時々見る」の答えも合わせて 32%で、韓国文化の浸透ぶりがうかがえる。当調査では 55%の日本人が韓国人を「身近に感じる」と答え、韓国側では 42%が日本人に親近感を感じるという結果が出ている [『朝日新聞』, 2010 年 6 月 10 日]。

当記事でも、日本人が持つ韓国に対する親近感が近年の韓流現象をはじめとした日韓間の文化交流の広がりや人的往来などの反映であるとし、韓流が日本における対韓国観に肯定的にはたらいっていることを認めている。韓国の場合も過去に比べ、強い歴史認識が一方的に日本に対する反感へとつながってはいないことがうかがえるが、とりわけ日本側の対韓認識の変化が目立つ。

これらの日韓関係に関する世論調査は、2004 年の「冬ソナ」現象で代表される韓流ブームが日本で起こってから数年が経った 2010 年に行われている。だが、いまだにブーム当時の韓流スターペ・ヨンジュンが日本社会における韓国人のイメージに与えた影響力が強く残っているように見られる。韓流ブームを契機として日本社会の対韓国・韓国人イメージが肯定的な方向へと変化していることは、上記の世論調査の結果以外にも、これまでの多くのメディアにおける報道や関連研究から語られていて、韓流の政治的効果は高い評価を

受けている。

第一章で述べた鄭の指摘のとおり、過去長い間における日韓相互間の関心と意識の程度は、肯定的であれ、否定的であれ、量的に言えば韓国側の対日認識が日本側の対韓認識をはるかに上回ってきた。そのような日韓間の相互認識における力学関係に 1990 年代から変化が現れ、日本人の意識構造のなかにおける韓国の比重が徐々に増大してきた。木宮正史は、日韓の国力差からやむを得ない側面もあった日韓関係における量的不均衡の様相が、1990 年代に入ってから改善されはじめたと語る。その背景としては、韓国の経済発展や民主化による社会的成熟など、両国間の力関係における格差の縮まりとともに、韓流をはじめとする日韓間の文化交流による韓国への関心の高まりを挙げている。木宮は一方、韓国の場合、対外関係の多様化とともに日韓関係自体の占める比重が相対的に低下しているとし、両国関係が均衡性を取っていくと論じる [木宮 2007 : 60]。

たしかに、近年の日本における対韓認識は過去と比べ大きく変化しており、韓流現象がそのひきがねとして大きく捉えられている。また、1990 年代から韓国社会における対日関連言説のうち、「克日」議論が台頭したことは、韓国社会の対日認識においても一定の変化が現れていることを示していた。だといって、韓国人の意識構造のなかで日韓関係が占める比重が低下しているとは言いがたい。これまで探ってきたさまざまな側面における韓流に関する議論を見ても、その展開において日本という国が持つ存在感は大きく、たとえ 1990 年代以降の対日認識の方向性に多少の変化が認められても、未だに韓国人の意識のなかで日本は、その時点の肯定と否定は別とし、重要な対象となっているように思われる。したがって、近年の韓流現象を日韓関係と結びつけるとき、日本側の変化だけでなく、それに対する韓国側の反応や自らの意識変化も重要な考察の対象となりうる。

だが、これらのメディアにおける報道や関連研究の結果から類推される韓流と日韓関係を結びつける言説では、もっぱら日本社会の対韓認識の変化に焦点が当てられている。当然のごとく、韓流現象とは、海外における韓国の大衆文化の流行を指す言葉であるため、韓流「現象」自体の主体は韓流の発信側である韓国ではなく、受容国家の方である。そのことから、今まで行われてきた韓流研究の大きな流れの一つが韓流の受容者研究であり、日韓関係に関していえば、韓流ファンのドラマ視聴を通じた韓国への関心や好感の増大、そしてそれが日本社会に波及するさまざまな効果について語られてきたのである。

そこで以下では、韓流の政治的効果が日本社会を背景としてどのような波及効果を作り出し、日本人の対韓認識に影響してきたかを、先行研究の概観を通じて考察する。そして、社会調査の結果をもって、日韓両国の草の根における韓流認識や、日韓関係に対する観点などを対比しながら、日韓関係をめぐる日本側の変化に対し、韓国側はどのようなまなざしを向け、対日認識に変化が生じうるかについて考察を行いたい。

2 日韓両国の大衆文化受容者に関する研究

2.1 日本の大衆文化の受容と対日認識

文化交流が日韓両国の一般大衆の相互意識や感情に及ぼす波及効果に関しては、主に政府機関や言論による世論調査、または個々の研究者における社会調査、フィールド調査など、多様な調査結果をもとにした研究や考察が行われている。これらの文化交流と日韓関係を結びつける研究において、韓国社会の立場から行われてきたものでは、主に日本の大衆文化の公式開放が考察の対象となっていた。

公式開放の施行の以前には、開放政策の賛否両論や非公式経路を通して浸透する日本の大衆文化の弊害を分析するものが主流を成していた研究傾向が、公式開放の以後から、開放施行がもたらした韓国の大衆文化産業界における影響や変化、日本の大衆文化の受容と対日認識の変化に関する研究が多く見られるようになり、日本の大衆文化に対する肯定的なまなざしが関連研究にも反映されていく。

前述したが、過去、公式開放の以前において、韓国では日本の大衆文化について長い間否定的なまなざしを向けてきた。過去の歴史問題から起因する日本に対する反感と警戒に加え、日本の大衆文化に見られる扇情性・暴力性を挙げ、青少年をはじめ、国民の情緒に悪影響を及ぼす「有害物」として扱われ、メディアの批判の対象となってきた〔林 2005 ほか〕。だが、日本大衆文化の公式開放に対して懐疑的であった韓国内の世論において徐々に変化が現れ、1990 年代半ばに入っては多くの人々が日本の大衆文化の公式開放に肯定的な態度を示すようになった。

朴は、「好き・嫌い」、「賛成・反対」などの二分法による実態把握にとどまった従来の日本の大衆文化の受容者研究^①において、韓国社会の「反日的雰囲気」が韓国人の日本に対する態度に少なからず影響を及ぼし、ステレオタイプの反日意思を表明してきたことが推測され、韓国人の日本の大衆文化に対する本音を探ることが困難であったと指摘する〔朴 2002b : 610〕。過去、解放以後の数十年にわたる軍事政権の下で、韓国人が日本や日本人に直接接触できる機会は極めて限られていた。当時の韓国の一般大衆にとって日本に関する情報源は主にメディアや学校教育であった。だが、情報の国家独占状態が長年続いていた韓国社会においては、日本に関する情報は、国家やメディアによって選別・加工された形で伝達されていた可能性が大きく、その過程で、国家やメディアは日本に関する情報を社会的文脈にうまくかみ合うように加工・調整していた可能性が高い。日韓間の歴史摩擦のときや、政治的な目的により政府やメディアの主導下で韓国社会の反日情緒が呼び起こされたことについては既述した〔ジョン 2002 : 132〕。学校の反日教育以外にも、韓国内の至る所に存在する歴史遺跡や博物館、文化財などには日本による侵略の跡が残っており、さらに、日韓歴史の葛藤をテーマとしたさまざまな映画やドラマ、小説などの韓国の大衆文化ジャンルに接することも、韓国人の反日情緒の形成に大きな影響を及ぼした。このような「反日的雰囲気」の状況に置かれた韓国人は、自然に社会が要求する「規範」的な対日イメージを形成するように強いられていた〔小針 2004 : 9〕。

このような「呼び起こし」や「規範」が存在する韓国社会の公的な場では、韓国人が「親日的」な発言や意思を表明することは難しかった。ところが、日本人や日本の製品、日本文化などに対する直接的な接触や個人体験の機会が増大するにつれ、1990年代の「克日」言説の台頭以来、対日認識に変化が訪れた。多くの研究者は、韓国社会における対日認識の変化に日本大衆文化の受容を結びつけていた。

李吉珠の「韓国高等学校学生たちの対日観—日本大衆文化とインターネット大衆化を中心として」[2001]、成始烈の「日本大衆文化に対する認識の差の研究—大田地域の中学生と学父兄を中心に—」[2005]、キム・ミソンの「日本大衆文化に対する好感度と認識度に関する研究—公州地域の成人を中心として」[2010]などの研究では、多くの韓国人が日本の大衆文化の公式開放政策を高く評価し、若い世代を中心に日本の大衆文化に対する好感が高く見られている。また、公式開放以後、当初に憂慮された国内文化の蚕食現象はあまり見られず、日本の大衆文化に接触後、過去の反日感情によって日本の文化を強く拒否していた潜入観から脱し、日本文化を積極受容、評価できる心理的余裕が出来た点、対日本観においても、盲目的反感から脱皮し、より客観的なまなざしを向かわせるようになった点などを挙げ、日本の大衆文化の受容が日韓関係に肯定的に影響していると評価する。

もちろん、多くの世論調査の結果から見れば、依然として多数の意見が反日のほうに傾いているのは事実である。ヤン・チェリョンの日本大衆文化の受容に関する研究では、年齢層を問わず韓国人の日本に対する歴史的・政治的観点においては依然として否定的な傾向が強いが、日本の大衆文化の全面開放に対しては肯定的な認識を示している[ヤン 2008]。

このような、韓国人の強い歴史認識から起因する日本に対する反感と、日本の大衆文化に対する肯定的な評価といった、二重の構造もまた、若い世代の社会進出を背景とした韓国社会における文化と歴史の分離を示唆すると見なされ、このような文化の脱歴史化自体、韓国社会の対日認識における大きな変化として評価される[小針 2004；金 2010 ほか]。

近年の韓国社会では、過去のように日本を全面的に否定する一方的な反日の傾向は相対的に弱まり、前述した政治による「呼び起こし」や社会の「規範」にあまり帰属されない若い世代を中心とし、対日認識の多様化が進んできた。

小針は、2002年韓国のソウルと釜山で実施した質問票調査の結果をもって、韓国大学生における日本の大衆文化への接触と、対日認識の態度には相関関係があるとした。当調査の結果について彼は、日本の大衆文化への接触と対日認識との相関関係を認めながらも、その因果関係や方向を特定することはできないとするが、それまでの歴史的な経緯⁽²⁾を考察し、日本の大衆文化への接触を通して日本に対する好意的な態度が生まれたという可能性が高いと論じる[小針、渡邊 2003]。金も、2005年の『朝日新聞』と『東亜日報』の共同世論調査の結果から日本大衆文化に接触頻度が高いと思われる若い世代の日本に対する好感度が高い点や、自ら2005年に行った設問調査で日本のテレビ番組を定期的に視聴する受け手の日本に対する関心や親近感が高かった点を挙げ、日本の映像文化への接触と対日感情の向上との相関関係を明らかにしている[金 2010：93-94]。

1990年代以降顕著化したグローバル化の進展とともに、情報や文化における国境の壁が意味をなくした近年、過去の政府主導で展開されてきた日韓関係にも変化が現れ、一般大衆が日韓交流の新たな担い手として台頭してきた。草の年における交流の重要性に対する認識がますます深まり、日韓両国間の親近感を高める手段として大衆文化の役割が注目されるようになった。そしてその議論の話題は、韓国における日本の大衆文化の存在から、日本における「韓流」現象に移っていく。

2.2 日本の韓流受容に関する研究

日韓両国の相互距離感とは歴史問題を軸とする政治葛藤が主な原因となっている。しかし、日韓の国交正常化以降、数十年間政治と経済の交流が続きながらもその距離感が縮小されなかった理由としては、お互いに民間レベルでの接触と情報が限られていた点が大きく作用していた。戦後の日本において、韓国のような政府の統制や規制はなかったものの、社会的雰囲気の中かで長年韓国に対する関心を意図的に避ける傾向があった[鄭 2010:13-14]。したがって戦後数十年の間の日本社会においても、韓国に対する情報は、一部の直接韓国と関わる人を除けばメディアを通じた制限された情報が全てであった点では、韓国の場合と同様であった。

日本人の対韓国観の変化に関する先行研究で、イ・ジウンは、日本の新聞報道と各種の世論調査結果をもとに、日本人の明治時代からの否定的な対韓国人観⁽³⁾が日韓の国交正常化の以後にも続いていると指摘する。イは、昭和の韓国関連報道の主な関心事は、韓国内の反体制問題と南北の軍事対立、そして韓米問題などの政治面のみであり、経済や社会、文化など、とりわけ肯定的な側面の報道がほぼ無い状況を指摘し、日本メディアの偏向報道が韓国に対する否定的なイメージの形成に影響したとする[イ・ジウン 2006:15-21]。その後1988年のソウル・オリンピックの開催を契機とし、日本の一般人も一部韓国に対する関心を持ちはじめ、訪韓数も徐々に増えるようになったが、全般的には無関心と否定的認識が支配的であり、このような傾向が1990年代まで続いた[イ・ジウン 2006]。長年日本社会で続いてきた伝統的・否定的韓国観は、その後、1998年の韓国政府の日本大衆文化公式開放や2002年サッカーワールドカップの日韓共同開催、2000年代初めの日本における韓国映画ブームなどの一連の出来事を通じて少しずつ弱まり、2004年の「冬ソナ」現象で代表される韓流ブームによって大きく転換されるようになる。

「冬ソナ」現象で代表される韓流の日本上陸以来、日韓両国ともに日本における韓流現象と関連した学術研究が一気に増えるようになった。日本では2004年のブームあたりから韓流に関するアカデミックな領域の関心が増え、学術論文だけでなく、さまざまな分野における著作も出版されはじめた。

韓国でも「冬ソナ」現象や「ヨン様」ブームなどのさまざまな日本発の社会現象がメディアを通じて伝えられてから、日本における韓流現象を主題とする学術研究が活発に行わ

れるようになった。これらの研究は、主にドラマ『冬のソナタ』をはじめとする韓流ドラマや映画のテキスト分析からその人気の要因と社会的影響を考察したもの、多様な分野への波及効果とその経済的付加価値に着目したものなど、その主題やカテゴリもさまざまである。

一方、日本における韓流受容者の研究のなかには、文献研究や、メディアまたは政府機関などによる世論調査の結果に対する考察のみならず、主に『冬のソナタ』をはじめとする韓国ドラマの受容者を対象とした設問調査やインタビューなどの社会調査の実施を通じて、日本の韓流受容の動機や実態、影響などのありようを把握しようとするものが多い。これらの研究で韓流現象の原因として多くの論者は、家族関係を重視するか、または、メロドラマ的なトーンの強い韓国ドラマが無垢な関係をも含む「古き良き時代」へのノスタルジアを視聴者に引き起こすのかなどに関する議論を展開してきた〔梁 2004 : 283〕。

たとえばユン・ギョンウォンは、日本の韓流現象がノスタルジアの想像的な消費過程であり、高度成長した産業社会の日本が東アジアの後発国家の他者性を受容することで、自らのアイデンティティを再確認する類似混成化（pseudo-hybridization）を経験していると論じる〔ユン、ナ 2005〕。岩渕も、近年の日本における韓流現象が、1990年代の香港メディア文化のブームと同様、昔の日本、失われた日本に思いをはせるといふ、一種のノスタルジアを喚起させると述べる。ただし、香港の今が日本の10年前と重ねられてしまうような、空間的差異が時間的落差に吸収されてしまう契機も見受けられるのと違って、『冬のソナタ』の受容は、社会全体の時間的落差と結びついていなく、その視聴者が持つノスタルジアの対象は現実の社会で失われたものであるというよりは、いまの自分を鼓舞するようなドラマの語りの喪失に向けられていると論じる〔岩渕 2004 : 117-121〕。一方、平田由紀江は、日本から『冬のソナタ』のロケ地巡りツアーに参加する女性たちへのインタビュー調査とフィールドワークを中心とした研究を通じて、年齢や結婚可否など、受容者層によってドラマ消費の実態にも多様性が見られる点を明らかにし、一連の韓流議論ではこの多様性を無視したまま、韓国ドラマに表象されている「家族関係」などを日本が失ったものとし、韓国を日本の過去として捉え、ノスタルジアを感じる向きも多かったと指摘する〔平田 2004 : 65-67〕。

韓流受容に日本社会のノスタルジアを結びつける一連の議論は、上述の研究で平田も指摘しているように、ローカルを離れた超国家的な文化消費が、他者を都合よく解体・濾過・再構成し、自らの経験やイメージに合わせる形態として行われる危険性を持っている。また、「進んでいる日本」対「遅れている韓国」というような、依然として日本社会の他者認識にオリエンタリズムのまなざしが存在すると指摘を受けることもある〔平田 2004 : 67 ; 黄 2007 : 81〕。だが他方では、「はじめてなのに懐かしい」というような、これらのノスタルジア的な感覚の背景には文化的な親密性や近似性がはたらいており、韓国に対する親近感につながる場合が、多くの受容者研究を通して見られる。

その実証的な研究の事例として、たとえば、毛利はドラマ『冬のソナタ』の視聴者20名

を対象としたグループ・インタビューを通じて、『冬のソナタ』の視聴とさまざまな文化実践の行為が受容者個人の記憶や歴史認識を再構築することを明らかにしている。彼はこのような私的・文化的経験がきわめて個人的でありながらも、メディアを媒介として広がりを見せており、伝統的な意味でのイデオロギーや政治から見れば小さな実践であるが、だからこそしっかりとした実感を与えていると強調し、今後の日韓の文化関係に大きな影響を与えると期待をかけている[毛利 2004]。毛利や平田の作業のような受容者研究を通じて、『冬のソナタ』や韓流ブームを通じて韓国を身近に感じるようになったという結果が多く見られるようになると、日本の韓流研究の動向は、いっそう「日韓関係の友好構築に韓流がどのようににはたらきを見せるか」に対する関心を示すようになっていった。

長谷川典子は、ドラマ『冬のソナタ』を視聴していない 80 名の調査対象者にドラマ視聴前後の 2 回にわたる質問紙調査を行い、韓流ドラマの視聴行動と韓国人に対する認識及びイメージの変容との関係について分析した。結果として『冬のソナタ』の視聴によって韓国人に対する関心が増加し、韓国のイメージの変容も伴うことが明らかになった。また、韓流スターへの好感度や、ドラマへの感情移入度の高い視聴者であるほど、韓国イメージへの意識変容の程度が大きく、感情移入的視聴が一定の効果を持つという結果が示唆された[長谷川 2005]。

これらの一連の研究では、過去、文化の担い手としては常に周辺部に位置づけられていた中高年の女性が韓流によって新たな消費者層として台頭した点、戦後主に欧米文化を目指してきた日本に韓流がアジアへの回帰、隣国の再発見を可能とした点などに観点を併せている。これらの研究実績は、2004 年から 2005 年のブーム当時、日本における韓流の主な受容者層であった中高年女性などを対象としている場合が多く、ジェンダーやフェミニズムの観点から接近する研究が多い。このような事情から、その研究の結果を日本社会の全体に一般化するには限界が見られる。

もちろん、韓流のファンだけでなく、一般大衆を対象とした研究もいくつかが存在する。たとえば、韓国文化観光研究院のチェ・ジョンが、小針やジャン・スジらと共同で行った研究が挙げられる。当研究では、まず東京と静岡に住む韓流消費者 15 人を選別し、2005 年 7 月に 3 回にわたって実施したフォーカス・グループ・インタビューを通じて、日本の韓流ファンの消費行動を分析した。そしてその補完として以上の内容を反映し、東京及び千葉県に住む 20 歳以上の成人男女 354 名を対象とした設問調査を行い、韓国の大衆文化商品の消費度及び韓国芸能人に対する認知の程度が、韓国に対するイメージに及ぼす影響を調べた。当調査によれば、韓流のファンと言えるのは東京基準で 5%前後に過ぎず、一般の日本人において韓国の大衆文化に対する好感度は自国文化や欧米の他国文化に比べ相当低かった。日本における韓流の波及効果といっても韓流ファンではない人までには広がっていないという結果が表れ、当時の日本メディアの過剰な報道から見られた盛り上がりとは一定の距離を示した。だが、韓流の消費者に限っては全体的に韓国に対する好感や関心が高く、日本社会の全般においても韓流によって韓国の存在が関心の領域に足を入れ、韓流の政治

的機能がある程度効果があると見られるとした〔韓国文化観光研究院 2005b〕。

比較的に最近の研究としては、ファン・ヘギョンが 2007 年大阪や奈良地域の住民 302 名を対象として実施した設問調査の結果をもって、日本人の対韓認識を韓流の前後に分けて分析した研究がある。当研究は年齢別に、在日コリアンを含む対韓国・対韓国人イメージを日本における韓流現象の以前と以後の時期に分けて調べたものであるが、韓流が全ての年齢層で肯定的な変化を及ぼしているという結果が出ている。とくに、日韓間の過去問題について保守的な立場⁽⁴⁾をとっていた 50 代から 60 代の年齢層がもっとも韓流の影響を強く受けており、韓国や韓国人、在日コリアンに対するイメージが肯定的に変化しているということは注目に値する〔ファン 2009〕。

一般に初期の韓流現象の主な消費者は中高年女性層として知られている。もともとこの中高年女性層というのは、韓流現象以前の時期ではもっとも韓国との接点が少なかった世代であった〔平田 2007：34-35〕。そのような、政治の場においては長く周辺人の立場であった階層が中心勢力となり、男性中心で語られてきた従来の日韓関係に韓流は大きな変化をもたらしたのである。これらの受容者中心の、韓流の政治的効果に関する研究では、日本のメディアを通じて毎日流される大量の韓流関連コンテンツの消費によって韓国に対する関心や親密感を増加させている様子が認められるが、多くの研究が「冬ソナ」現象当時の、日本の韓流初期に行われた場合が多く、韓流消費者を対象として日本人が持つ対韓認識の変化に焦点が当てられている。

以下では、韓流現象が日本に上陸してから数年が経ち、ある程度一つのサブカルチャーとして定着した時点において、日本社会の対韓認識はどのように変化しているか、韓流が日韓関係にどのようなにはたらいているかを探求しながら、日本社会における韓流現象とその波及効果としての日本社会の対韓認識の変化が韓国に伝えられると、対日認識がどのように変容しているかを並んで分析する。

3 日韓両国の韓流認識に関する調査

3.1 調査の概要

研究調査のために、日本と韓国の一般人を対象とし、質問紙調査を実施した。本調査は日本における韓流現象が日韓両国の相互認識にどのようなにはたらいているかを調査する目的で、2011 年 11 月～12 月にかけ、日韓両国でほぼ同時期に実施した。

調査の内容については、日韓の歴史的特殊性が両国の相互葛藤の背景として作用していることから、両国の調査に共通している部分もあるが、韓流の発信側と受信側という立場の差があり、質問内容に関しても多少の相違がある。項目の構成においては、まず日韓の相手国の大衆文化の接触及び消費の状況や、それによる相互認識の変化、近年の両国関係に対する認識、そして韓流現象が日韓関係にどのようなにはたらくかに関する両国の認識な

どに分け、両国側の共通項目として行った。ただし、日韓という両社会の異質性を考慮し、選択肢の配置には多少の相違がある。日本の場合は、主に韓流に対するさまざまな意見を聞き、とくに日本社会における韓流現象の以前と以後の、被験者の対韓認識の変化を調査した。韓国の場合は、韓流に対する評価や関心の程度、とりわけ日本の韓流現象に対する評価と意識について調査した。調査の細部項目に関しては、以下の調査結果を概観しながら詳しく述べることにする。

被験者については日韓両国ともに大学生以上の一般人男女を対象として行った。両国の被験者の性別・年齢別構成は以下の表 6.1 と 6.2 のとおりである（比率は、小数点二目席で四捨五入を原則とし、小計は必ずしも 100 ではない：以下同）。

調査対象：日本人	男性（44.8%）		女性（55.2%）		全体（100%）	
年齢	人数（N）	比率（%）	人数（N）	比率（%）	人数（N）	比率（%）
20 代以下	62	32.3	59	24.9	121	28.2
30 代	38	19.8	42	17.8	80	18.6
40 代	28	14.6	44	18.6	72	16.8
50 代	33	17.2	50	21.1	83	19.3
60 代以上	31	16.1	42	17.7	73	17
計	192	100	237	100.1	429	99.9

表 6.1：日本；被験者の性別・年齢別分布

調査対象：韓国人	男性（50.7%）		女性（49.3%）		全体（100%）	
年齢	人数（N）	比率（%）	人数（N）	比率（%）	人数（N）	比率（%）
20 代以下	49	20	103	43.3	152	31.5
30 代	42	17.1	33	13.9	75	15.5
40 代	66	26.9	46	19.3	112	23.2
50 代	37	15.1	33	13.9	70	14.5
60 代以上	51	20.8	23	9.7	74	15.3
計	245	99.9	238	100.1	483	100

表 6.2：韓国；被験者の性別・年齢別分布

韓国の場合、韓国国籍を前提とし、ソウル市内の大学（延世大学、梨花女子大学ほか）、一般企業、宗教団体（キリスト教会など）などを中心に 600 枚の質問紙を配った。日本でも同様に、日本国籍を前提として東京都内の大学（早稲田大学、拓殖大学ほか）、一般企業、または都内の街中で 600 枚の質問紙を配った。質問紙は配布した現場で回答してもらい、即座で回収する方式を基本としたが、場合によっては回収に多少時間がかかったこともあった。回収結果、日本では総 451 名、韓国では総 510 名の回答が回収されたが、このうち

不誠実な応答や分析ができない回答紙を除外し、場合によって一部の質問に対する無応答はあるものの、分析に無理がないと判断される有効サンプルとして、日本から 429 名（有効回収率 71.5%）、韓国から 483 名（有効回収率 80.5%）の回答が得られた。

回答者の統計区分については、まず性別では、日本の場合、男性 44.8%、女性 55.2%で女性の比率が若干高く、韓国の場合は男性が 50.7%、女性が 49.3%ではほぼ同等である。また、当然のことでありながら、日韓ともに歴史認識や相手国への相互感情は世代間で大きな差異を見せることから、回答者の区分において 20 代以下（大学生の場合、10 代も含まれる）から 30 代、40 代、50 代、60 代以上の 5 つの年齢代に分けて調査を行った（以下では、便宜上、20 代以下は 20 代、60 代以上は 60 代と表記する）。回収結果、日韓ともに若い年齢の比率が高く、とくに韓国の女性グループの場合、大学生の参加が多かったことから 20 代の年齢代が高い比率を占めている。

なお、本調査では、性別、年齢別以外にもさらに職業あり、職業なし（主婦を含む）、学生の三の職業別区分をも行った。表 6.1 と表 6.2 には示していないが、日本の場合、職業を持っていると答えた人は、全体の 62.5%、職業を持っていないと答えた人は 19.1%、学生が 17.9%、無応答者が 0.5%であり、韓国の場合では、順番にそれぞれ 53%、19.3%、27.5%、0.2%の結果が出た。だが、本章の考察において上記の区分は大きな意味を持たないため、以下では職業別の区分は示さないことにする。

調査結果の分析には windows SPSS12.0 を利用し、分析の統計記法としては、基本的に頻度分析を通じて調査結果の一般的な分布・特性を把握した。

3.2 調査の結果

3.2.1 日韓両国の相互文化受容と両国関係

日韓間の歴史問題は過去の不幸な記憶にとどまらず、さまざまな外交摩擦を呼び起こし、両国間を「近くて遠い国」という特殊な関係として維持してきた。このような葛藤の歴史を持つ日韓関係であるが、韓国では 1998 年の日本大衆文化に対する段階別開放政策を実施して以来、ほぼ全てのジャンルが公式流通されている。また、日本では 2000 年代初め頃の韓国映画ブームがひきがねとなり、韓国の大衆文化に対する大衆的な関心が徐々に増え、2004 年のドラマ『冬のソナタ』の人気とともに、韓流ブームが起こってさまざまな韓国大衆文化ジャンルに接する機会が増加した。以下では、まず、近年における両国の相手国の大衆文化受容に対する実体を調べたうえ、最近の両国関係に対する認識がどのように変化しているかを探ってみる。

・日本社会と韓流受容

まず、韓流ブームから数年が経った現時点において、日本社会の韓流への接触経験を測定した。下記の表 6.3 は日本側の被験者 429 名を対象とし、韓流に接する頻度を性別・年齢別で示したものである。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	全体
ほぼ無し	66/34.4	52/21.9	36/29.8	27/33.8	18/25	18/21.7	19/26	118/27.5
何回かはある	100/52.1	120/50.6	68/56.2	44/55	37/51.4	37/44.6	34/46.6	220/51.3
頻繁に接する	26/13.5	65/27.4	18/14	9/11.3	17/23.6	28/33.7	20/27.4	91/21.2
計	192/100	237/99.9	121/100	80/100.1	72/100.0	83/100	73/100	429/100

表 6.3：日本；被験者の韓流への接触経験の実態（単位：名/%）

調査結果によれば、ドラマや大衆音楽など、韓流ジャンルに接触した経験を数回以上持つと答えた人が高い割合を占めている。全体 429 名の回答者のうち、韓流への接触経験が「何回かはある」人が 220 名でもっとも多く、全体の 51.3%を占め、「ほぼ無し」の場合は 118 名で 27.5%、「頻繁に接している」人が 21.2%の 91 名と続いた。本調査が韓流消費者を対象としたものでなく、一般大衆を対象とした無作為調査である点を考えると、被験者の韓流接触度はかなり高く見られる。

性別区分における韓流に「頻繁に接する」グループの割合を見ると、女性では 237 名のうち 65 名で 27.4%と、192 名のうち 26 名で 13.5%であった男性より倍以上高い。年齢別では、もっとも低い 30 代と、もっとも高い 50 代の間ではほぼ 3 倍近くの開きがあり、年齢の高いほうが若いほうに比べ、韓流に接触頻度が高い傾向が見られる。さらに、女性の 40 代と 50 代、60 代では当グループのうち「頻繁に接する」と応えた割合がそれぞれ 31.8%、38%、31%を占めており、ほかのグループに比べ非常に高く、2004 年と 2005 年の日本における韓流ブームの当時から韓流の主な消費者層としてメディアのスポットライトを受けてきた中高年女性の存在感は未だに有効であるように見られる。

だが、韓流に接した経験が「何回かはある」人の場合の性別・年齢別区分では、異なる様相を見せる。男性では 52.1%、女性では 50.6%で大きな差は見せないものの、男性が若干高かった。また、20 代の年齢層では 56.2%を占め、もっとも高く、次に 30 代、40 代、60 代、50 代の順で、年齢が若い方が「何回かはある」と答えた割合が高かった。

韓流現象の初期におけるテレビドラマ中心の韓流消費は、最近は大衆音楽をはじめ、ジャンルの拡大と同時に、ラジオ放送やインターネット、モバイルサービスなどの新しいデジタル媒体まで広がっている点から、男性や若い世代まで接触機会が増加した結果が反映されているように思われる。

続いて、これらの日本社会における韓流の受容実態をより具体的に把握するため、次の

図 6.1 では、韓流に「頻繁に接している」91 名に対し、主に接する韓流ジャンルに対する回答結果の割合を性別・年齢別に示した。

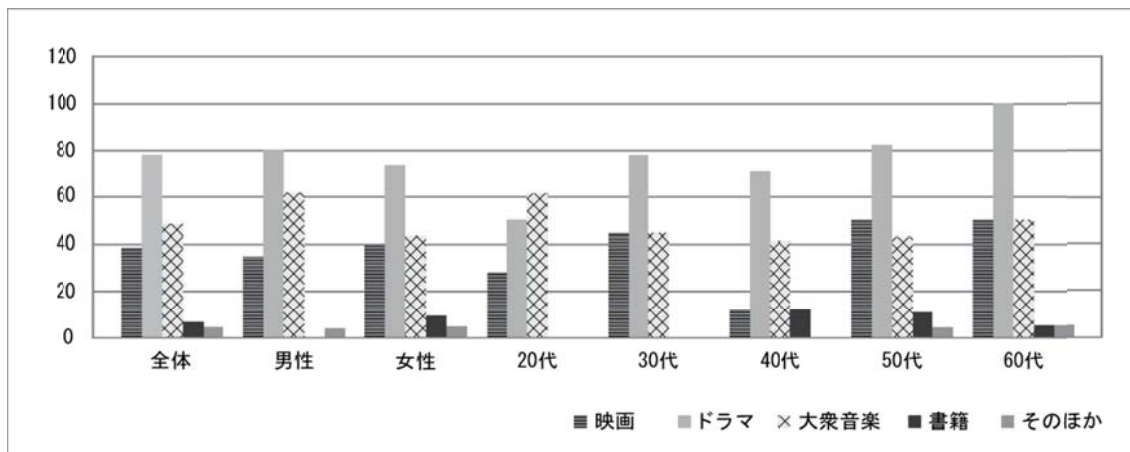


図 6.1：日本；韓流消費者のジャンル別好み（単位：%，重複選択が可能なので小計は必ずしも 100 ではない）

結果は、ドラマを挙げた人が 71 名（男性 19 名：女性 52 名）でもっとも多く、次に大衆音楽を挙げた 44 名（男性 16 名：女性 28 名）、映画を挙げた 35 名（男性 9 名：女性 26 名）、書籍（漫画、小説、雑誌など）を挙げた人が 6 名、そのほか（ゲーム、韓国料理など）の 4 名の順であった。

ジャンル別選好度は、男女を問わずドラマ、大衆音楽、映画などの順となっているが、女性より男性のほうが大衆音楽に対する選好度が高く、映画との開きが相対的に大きい。年齢別では、20 代でのみ大衆音楽に対する選好度が 61.1% でドラマのほう（50%）より高く、男女ともにドラマより大衆音楽に高い選好度を見せていることから、近年、アイドルグループを中心として大衆音楽が若い世代の間で人気を博している様相がうかがえる。

20 代以外の年齢層では全体的にドラマに対する選好度が高く、とくに 60 代の年齢層では男女問わず、全て（100%）の人がドラマを挙げている。以上の結果から、過去、中高年女性層を中心として日本に韓流ブームを引き起こしたドラマジャンルが、韓流ファンの間では依然として主力ジャンルの地位を保っているように見られる。しかし、最初に韓流を牽引したジャンルである映画は、まだ一定の影響力は示しているものの、大衆音楽ジャンルに席を譲っているように見られる。

続いて下記の図 6.2 では、韓流への接触経験が「何回かはある」220 名に対して、接触した韓流ジャンルを調べた結果を示した。

該当グループの 220 名のうち、ドラマを挙げた人が 156 名でもっとも多く、次に大衆音楽を挙げた人が 86 名、映画が 82 名、そのほか（ゲーム、韓国料理など）が 11 名、書籍が

5名の順となっており、順位については上記の「頻繁に接している」人の場合と大きく変わらない。ただし、「韓流ファン」とも言える「頻繁に接している」グループでは大衆音楽を挙げた人の割合が比較的に高いが、韓流接触の経験が「何回かはある」グループではドラマジャンルの接触度が圧倒的に優位を示した。地上波や衛星放送だけでなく韓国ドラマ専門チャンネルをもつケーブルテレビを含むと、日本では2010年基準で総101本の韓国ドラマが放送されているなど、韓国ドラマが溢れ、韓国ドラマに接しやすい状況が反映されているのであろう〔韓国文化産業交流財団2011：271〕。

ドラマへの接触度は、女性では女性回答者全体の76.7%を占め、男性での64%より高く、年齢の若い世代に比べテレビドラマの視聴の機会が多く、相対的にインターネットやモバイルメディアの使用頻度が低く思われる年齢の高い世代では、ドラマへの接触度がほかのジャンルとの大きな開きを示していた。

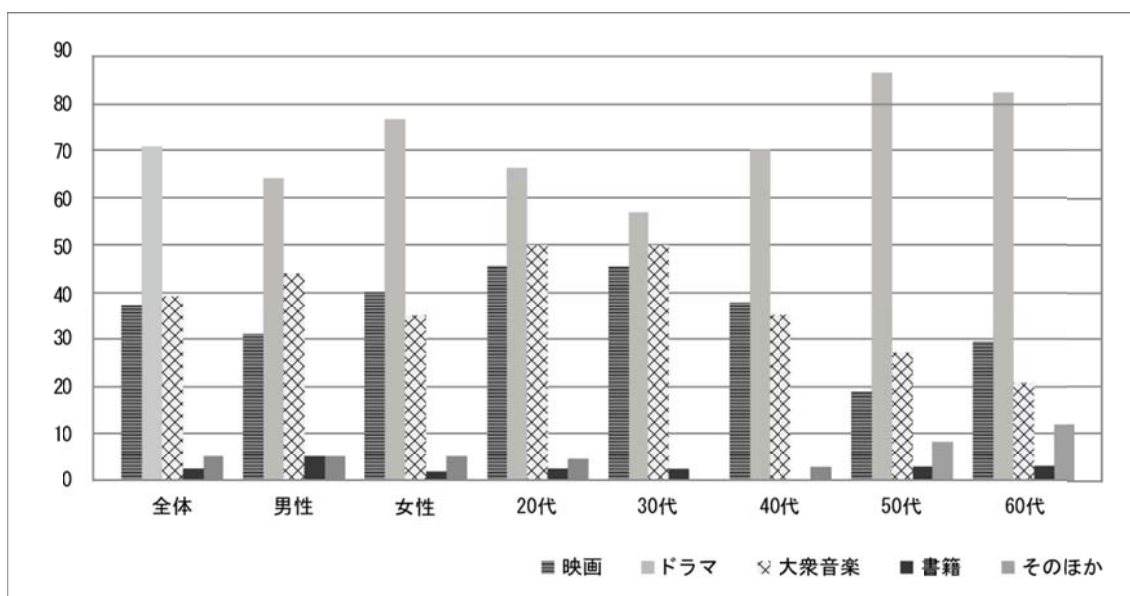


図 6.2：日本；韓流接触経験者のジャンル別接触の実態（単位：%，重複選択が可能なので小計は必ずしも100ではない）

引き続き、以上の韓流への接触経験が「何回かはある」220名に対し、今後の韓流消費に対する可能性を尋ねた。無応答者5名を除いた215名のうち、15.8%の34名（男性11名：女性23名）が「是非とも楽しみたい」とし、57.7%の124名（男性60名：女性64名）が「機会があれば接したい」とし、24.2%の52名が「特に興味がない、分からない」と、2.3%の5名が「あまり接したくない」と答えた。結果的に総158名、該当グループの約7割を超える人が、今後韓流の消費について肯定的な姿勢を示した。

一方、韓流の消費経験が「ほぼ無い」と答えた118名にその理由を尋ね、無応答者1名

を除き、117 名から回答が得られた。「たまたま接する機会がなかった」と答えた人が 71 名で全体の 60.7%を占めもっとも多く、「大衆文化全般に興味がない」と答えた人が 25 名で 21.4%、「韓国文化は好きでない」と答えた人が 16 名で 13.7%、「そのほか」を選んだ人が 5 名の順で続いた。「韓国文化は好きでない」と答えた人を性別で区分して見ると、男性では全体の 16.9%、女性では 9.6%で、男性のほうの割合が高く、年齢別でみれば、20 代では 22.2%で割合がもっとも高く、60 代では一人もいなかった。「韓国文化は好きでない」とした 16 名のなかには、「あふれる韓流報道に反感を感じる」という意見が 8 名、「韓国人を含む、韓国という国自体が気に入らない」という意見も 6 名（このうち、20 代の年齢層が 4 名を占める）があり、年齢が若い世代では強い反韓感情を示す場合も見られた。

2005 年の韓流ブームを前後として行われた、当時の先行研究の結果に比べ、近年の日本社会における韓流への接触度は、相対的に増加しているように見られる。だが、韓流現象の展開してきたここ数年間においても、日韓両国の政治的レベルにおいては絶え間なく歴史問題をめぐる葛藤と緊張の関係が続いてきた。次では、「日韓両国間の政治摩擦が韓流受容にどれほど影響を及ぼすか」について、韓流に「頻繁に接している」人と接触経験が「何回かはある」人を合わせ、数回以上韓流の消費経験がある 311 名に尋ねた。11 名の無応答者を除き、300 名から得られた結果の性別・年齢別分布は下記の表 6.4 のとおりである。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	全体
影響はない	78/62.9	104/59.1	43/53.8	35/67.3	32/61.5	36/57.1	36/67.9	182/60.7
多少影響する	31/25.0	43/24.4	18/22.5	9/17.3	9/17.3	22/34.9	16/30.2	74/24.7
大いに影響する	6/4.8	3/1.7	3/3.8	3/1.9	3/5.8	1/1.6	1/1.9	9/3
分からない	9/7.3	26/14.8	16/20	8/13.5	8/15.4	4/6.3	0/0	35/11.7
計	124/100	176/100	80/100.1	52/100	52/100	63/99.9	53/100	300/100.1

表 6.4：日本；日韓間の外交摩擦と韓流消費との関係（単位：名/%）

表 6.4 の結果が示すとおり、全年齢層で過半数以上の回答者が「影響はない（消費を続ける）」と答え、日韓の政治摩擦とは関係なく韓流消費への意向を示した。それに対し、「大いに影響する」とした人は全体の 3%にとどまった。以上の結果は、最近文化消費における脱政治化の傾向が強くなっていることを示唆する。

性別区分では、男性のほうが「大いに影響する」とした割合が若干高く、女性のほうでは「分からない」とした割合が比較的に高い点を除けば、目立つ差異は認められず、年齢別区分ではばらつきを見せ、とくに年齢順によるパターンは見られない。

一方、既出した表 6.3 の設問で韓流に頻繁に接しているとしたグループのうち 74.7%が、韓流に何回かは接触経験を持っているとしたグループでは 54.7%が自分の韓流消費におい

て日韓外交摩擦の影響を受けないとし、韓流への接触頻度が高いグループでは多くの人が日韓摩擦に関係なく韓流消費を続けるという意味を示した。

・韓国社会と日本の大衆文化の受容

以下では、韓国側の被験者における日本の大衆文化の受容実態、そして、日本の大衆文化の受容と対日認識との相互関係について調査した。韓国社会において日本の大衆文化の公式輸入が行われたのは比較的最近のことであるが、公式開放が行われる以前からさまざまな日本の大衆文化が非公式経路を通じて韓国社会の日常に浸透していた。そのことから、日本側のように、単純に日本の大衆文化への接触可否を聞くのは適切ではない⁽⁵⁾と判断し、韓国側の調査においては、日本の大衆文化に対する興味の程度を把握した。

下記の表 6.5 から見られるとおり、8 名の無応答者を除き、総 475 名の回答者のうち、日本大衆文化に対して「興味が多い」と答えた 52 名と、「興味が多少ある」と答えた 176 名を合わせ、228 名、全体の 48%が日本の大衆文化に興味を示した。

韓国側の調査結果の場合は、女性よりは男性のほうが日本の大衆文化に興味を示す割合が高く、年齢の高いほうが相対的に高い興味を示している傾向が見られる。一般に、韓国ではインターネットを通じて多くの日本の大衆文化が流通され、若い世代の日常における日本の大衆文化の消費が多いことで知られている [金 2010 : 93]。だが、本調査では、質問が接触度でなく「興味を持っているか」を聞いているため、以上のような年齢別の差異が出ているのではないと思われる。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	全体
興味が多い	32/13.3	20/8.5	11/7.3	5/6.7	18/16.2	9/13	9/13	52/10.9
多少興味がある	98/40.8	78/33.2	48/31.8	29/38.7	40/36	30/43.5	29/42	176/37.1
特に興味がない	110/45.8	137/58.3	92/60.9	41/54.7	53/47.7	30/43.5	31/44.9	247/52
計	240/99.9	235/100	151/100	75/100.1	111/99.9	69/100	69/99.9	475/100

表 6.5 : 韓国 ; 被験者の日本の大衆文化に対する関心度 (単位 : 名/%)

一方、日本の大衆文化に興味がないとした 247 名にその理由を尋ねると、「たまたま接する機会がなかった」と答えた人が 124 名で 50.2%を占め、次に「日本の大衆文化は好みではない」と答えた人が 96 名で 38.9%を占めた。ほかには、「日本という国が嫌いだから」と答えた人も 27 名があり、269 名のうち 10.9%が強い反日感情を示した。

続いて、上記で日本の大衆文化に興味を示した 228 名を対象とし、主に接する大衆文化のジャンルを調べた結果を下記の図 6.3 で示した。

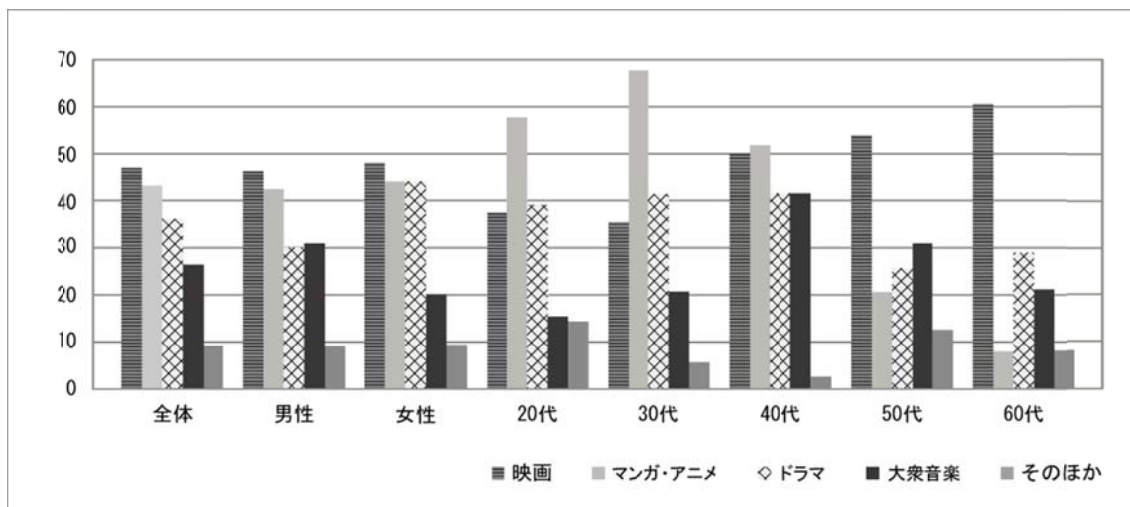


図 6.3：韓国；日本の大衆文化消費者のジャンル別好み（単位：％，重複選択が可能なので小計は必ずしも 100 ではない）

日本側の結果では，全体的にドラマジャンルが圧倒的な優位を示したが，韓国側が選好する日本の大衆文化ジャンルは，全体的に見て特定ジャンルが圧倒的な優位を占めてはいない。頻繁に接している大衆文化のジャンルとして，もっとも多くの人々が挙げたのは映画であり，総 107 名，回答者の 46.9%が映画を挙げているが，マンガやアニメーションを挙げた 98 名（43%）と比べ，大きな開きは認められない。それからドラマが 36%，大衆音楽が 26.3%，そのほか（ゲーム，ホビー，小説など）が 9.1 の順で続いた。

次に，日本の大衆文化の受容が韓国側の対日本イメージにどのような変化をもたらしているかについて，下記の表 6.6 で調査結果を性別・年齢別に示した。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	全体
肯定的に変化	48/37.8	45/48.4	15/26.8	12/37.5	29/50.9	24/63.2	13/35.1	93/42.3
否定的に変化	1/0.8	4/4.3	1/1.8	2/6.3	1/1.8	0/0	1/2.7	5/2.3
変化は無い	78/61.4	44/47.3	40/71.4	18/56.3	27/47.4	14/36.8	23/62.2	122/55.5
計	127/100	93/100	56/100	32/100.1	57/100.1	38/100	37/100	220/100.1

表 6.6：韓国；日本の大衆文化の受容と対日本イメージの変化（単位：名/％）

日本の大衆文化に興味を示した 228 名を対象とし，「日本大衆文化に接してから日本という国及び日本人に対する認識に変化があったか」と質問したところ，8 名の無応答者を除き，220 名から回答が得られた。結果は，過半数を超える 122 名が「ほとんど変化がない」と答

え、もっとも多く、次に「肯定的に変化した」とした人は全体の 42.3%、「否定的に変化した」とした人は 2.3%にとどまった。「肯定的に変化した」42.3%をもって大小を判断するのは難しいが、少なくとも本調査では、他国の大衆文化の消費が該当国への親近感を高めるといえることは、ある程度有意義な結果として出ていると言える。

続いて、日本の大衆文化に興味を示した 228 名を対象とし、「日韓の政治摩擦が日本の大衆文化の消費に及ぼす影響」について調査した。

「日韓の外交摩擦があなたの日本大衆文化の消費に影響を与えますか」と質問に対し、9 名の無応答者を除き、219 名から回答が得られた。下記の表 6.7 から見られるとおり、「大いに影響する」と「多少影響する」の答えを合わせ、124 名（全体の 56.6%）が日韓間の政治摩擦が自らの日本大衆文化の消費に影響を及ぼすと認めている。性別区分では目立った差は認められなく、影響するとした割合を年齢別で見れば、もっとも高いのは 50 代であるが、次に 20 代、続いて 40 代、60 代、30 代の順でばらつきを見せる。

同じ質問に対して 27.7%が影響するとした日本側の調査結果（表 6.4）に比べ、韓国側では過半数を超える人が日韓間の外交摩擦が日本大衆文化の消費に影響を及ぼすとし、韓国の政治問題に対する強い関心、とりわけ日韓問題に対する厳しいまなざしが確認できる。また、日本側の韓流に対する接触頻度が高いほど、韓流消費において日韓摩擦からの影響を受けないとした割合が高かったことに対し、韓国側の日本大衆文化に興味が多いとしたグループでは 57.1%が、日本大衆文化に興味が多少あるとしたグループでは 57%が日韓摩擦からの影響を認め、日本大衆文化に対する興味の程度に関係なく、日本大衆文化消費において日韓摩擦の影響力が強く感じられる。

区分	性別		年齢別					全体
	男性	女性	20 代以下	30 代	40 代	50 代	60 代以上	
大いに影響する	8/6.3	6/6.5	3/5.4	1/3.1	2/3.6	8/21.1	0/0	14/6.4
多少影響する	56/44.1	54/58.7	31/55.4	14/43.8	27/48.2	20/52.6	18/48.6	110/50.2
影響は無い	52/40.9	22/23.9	15/26.8	13/40.6	26/46.4	7/18.4	13/35.1	74/33.8
分からない	11/8.7	10/10.9	7/12.5	4/12.5	1/1.8	3/7.9	6/16.2	21/9.6
計	127/100	92/100	56/100.1	32/100	56/100	38/100	37/99.9	219/100

表 6.7：韓国；日韓間の外交摩擦と日本の大衆文化の消費との関係（単位：名/%）

・日韓関係に対する両国の認識

日韓両国の民間レベルにおける文化交流が活発化しているものの、同時に政府間の政治摩擦が続く、両国間の歴史問題はまだ決着を見ることなく外交懸案をめぐる葛藤関係が続いている。このような近年の日韓関係に対する両国の認識を把握するため、「20～30 年前と

比べ、近年の日韓関係をどう思うか」という質問に対する回答結果を下記の表 6.8 で示した。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	全体
良くなった	128/67	156/66.1	61/50.8	51/64.6	57/79.2	57/68.7	58/79.5	284/66.5
悪くなった	6/3.1	3/1.3	2/1.7	4/5.1	2/2.8	1/1.2	0/0	9/2.1
変化は無い	26/13.6	25/10.6	14/11.7	7/8.9	9/12.5	13/15.7	8/11	51/11.9
分からない	31/16.2	52/22	43/35.8	17/21.5	4/5.6	12/14.5	7/9.6	83/19.4
計	191/99.9	236/100	120/100	79/100.1	72/100.1	13/100.1	73/100.1	427/99.9

表 6.8：日本；被験者の日韓関係に対する認識（単位：名/%）

無応答者 2 名を除き、427 名の回答者の 66.5%が最近の日韓関係を肯定的に評価していた。一方、「悪くなった」と答えた人は 9 名で全体の 2.1%にとどまった。性別区分では大きな差異は示さなく、年齢別では、「良くなった」と評価した 284 名のうちもっとも肯定の傾向が強かったのは 60 代で、全般的に年齢の高い世代のほうから、最近の日韓関係を肯定的に評価する傾向が強く見られる。一方、20 代では「分からない」とした意見が 35.8%を占め、ほかの年齢層に比べ高い割合を見せ、歴史認識に多少消極的な傾向を示した。

次に、下記の表 6.9 では、同じ質問に対する韓国側の被験者の回答結果を示した。

無応答者 1 名を除き、482 名から得られた韓国側の回答結果では、「良くなった」とした肯定の意見が 44.2%を占め、「悪くなった」とした否定の意見より多い。だが、同じ質問に対する日本側の結果より肯定の割合は低く、否定の割合は高い。ただし、「分からない」とした意見は総 33 名で全体の 6.8%に過ぎず、日本より強い歴史認識がうかがえる。性別区分では目立った差異が見られないが、年齢別区分では 50 代が比較的肯定の傾向が強く、20 代の場合は相対的に否定の傾向が強い。多少のばらつきは見られるものの、年齢の若いほうから否定の傾向が強く見られる。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代以下	30 代	40 代	50 代	60 代以上	全体
良くなった	112/45.7	101/42.6	44/28.9	33/44	51/45.5	43/61.4	42/57.5	213/44.2
悪くなった	60/24.5	53/22.4	57/37.5	11/14.7	25/22.3	8/11.4	12/16.4	113/23.4
変化は無い	60/24.5	63/26.6	43/28.3	21/28	28/25	15/21.4	16/21.9	123/25.5
分からない	13/5.3	20/8.4	8/5.3	10/13.3	8/7.1	4/5.7	3/4.1	33/6.8
計	245/100	237/100	152/100	75/100	112/99.9	70/99.9	73/99.9	482/99.9

表 6.9：韓国；被験者の日韓関係に対する認識（単位：名/%）

続いて、日韓間の政治摩擦の責任に対する日韓の両国民の認識を調査した。まず、日本側では「あなたは日韓の政治摩擦（歴史認識、領有権、教科書問題など）に関してどう思いますか」という質問に対し、5名の無応答者を除き、総424名から回答が得られた。結果は、「両方の問題だ」と答えた人が過半数を超える253名でもっとも多く、次に「日本側に問題が多い」とした人が80名で全体の18.9%、「韓国側に問題が多い」とした人は51名で全体の12%であった。ほかに、全体の9.4%である40名が「分からない」とした。性別区分では、女性のほうは「両側の問題」や「分からない」など、中立の意見が多く、年齢別区分では、年齢が高いほうが比較的に韓国側より日本側の問題が多いと認識する傾向が強く見られた。

一方、同じ質問に対する韓国側の被験者の回答結果では、多くの人々が日本側の責任を指摘した。無応答者2名を除き、総481名から得られた日韓間の政治摩擦の責任に対する回答では、全体481名の67.4%に該当する324名が「日本側に問題が多い」とし、「韓国側に問題が多い」としたのは全体の1.2%である6名に過ぎなかった。「興味が無い」とした意見も全体の3.7%に過ぎず、日本側に比べ全般的に強い歴史認識を持っているように思われ、日韓間の政治摩擦に対しては日本側の問題として認識する傾向が強い。

しかしながら、全体の27.7%に該当する133名は「両側に問題がある」とし、韓国側の被験者が一方的に日本側の責任を主張するわけではない。実際に韓国人が一方的に反日感情のみを持っているわけではないことは、多くの研究からも指摘される〔鄭 1998；ジョン 2002 ほか〕。

本調査でも、韓国側の調査項目のうち、「あなたの日本に対する普段のイメージはどうか」という質問に対して多くの人々が肯定的な意見を示した。無応答者1名を除いた482名のうち、「肯定的である」と答えた人は168名で全体の34.9%を占め、「どちらでもない」と答えた178名（全体の36.9%）より若干少ないがほぼ同率を成している。一方、「否定的である」と答えた人は総136名で全体の28.2%であるが、日本側の調査で、韓流ブーム以後の時点でも「韓国は反日社会だと思う」人が過半数を超えることに比べ、だいぶ異なる結果となっている。また、日本における韓流の成功的進出以後も、多くの韓国人は日本が多方面で韓国より先進国であるという認識を持っている。経済や文化、国民意識など、日本社会の全般的な水準に対して尋ねた結果、無応答者1名を除いた482名のうち、過半数を超える275名が「韓国より優れている」と評価し、次に30.9%の149名が「韓国と同じ水準である」とした。一方、「韓国より遅れている」と答えた人は20名で全体の4.1%に過ぎない。

これらの結果には、韓国社会の対日認識には、植民地支配の被害者意識から起因する根強い反感のほかに先進国に対する憧憬と嫉妬の感情が混在しており、常に反感に満ちているというより、基底に内在する歴史認識や反日感情が日韓間の政治摩擦のときに激しく持

ち出されることが多いというこれまでの先行研究の考察結果と、2011 年の現時点においても通じるものがある。

3.2.2 日韓両国の韓流認識

日韓関係において、両国大衆の相手国の大衆文化の受容をはじめ、草の年における交流関係の構築は重要な意味を持つ。とりわけ近年の日本における韓流現象は、両国間の双方向交流を実現し、相互親密感を高める機会として見なされる。だが他方では、韓国のナショナル・プライドを高揚させ、メディアや政府の過熱な関心と支援を受けた結果、海外受容者のナショナリズムを刺激するという指摘を受けることもある。2005 年に、『マンガ嫌韓流』がひきがねとなった嫌韓流が韓国のメディアで大きく捉えられて以来、近年も続いている一連の反韓流の動きは韓国社会の韓流に対する危機意識を支え、自文化中心主義に陥った韓流議論やメディアの扇情的な報道性向に対する反省をもたらしている。

以下では、このような韓流をめぐる状況を踏まえ、受容側の日本と発信側の韓国が韓流現象に対してどのようなまなざしを向けているかを調査した。

・日本側の韓流に対する認識

下記の表 6.10 は、近年の日本における韓流ブームに対し、韓流のファンや消費者ではない人をも含む、日本側の認識態度を示したものである。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	全体
良い	94/49.5	139/58.6	56/46.7	40/50	39/54.2	52/62.7	46/63.9	233/54.6
良くも悪くも	70/36.8	74/31.2	37/30.8	30/37.5	26/36.1	26/31.3	25/34.7	144/33.7
飽きる	16/8.4	20/8.4	19/15.8	8/10	3/4.2	5/6	1/1.4	36/8.4
最初から嫌い	10/5.3	4/1.7	8/6.7	2/2.5	4/5.6	0/0	0/0	14/3.3
計	190/100	237/99.9	120/100	80/100	72/100.1	83/100	72/100	427/100

表 6.10：日本；日本の韓流ブームに対する認識（単位：名/%）

「近年の日本における韓流ブームに対してどう思いますか」という質問に対し、無応答者 2 名を除き、427 名から得られた回答では、「多様な文化が楽しめてよい」という意見が過半数を超える 233 名でもっとも多かった。「良くも悪くもない」と答えた人を含め、回答者の大多数の人は韓流に対して否定的なまなざしは向けていなかった。性別分布では、肯定的な意見の場合、女性は該当グループ全体の 58.6%で男性より多く、ほかの多くの調査項目の結果と同様、韓流に対して男性より肯定的なまなざしを向けている。

一方、年齢別では、「あまりにもあふれて飽きてしまった」という意見と「最初から気に入らなかった」という意見を合わせ、日本における韓流現象に否定的な意見を示す場合、20代では22.5%、年齢が高いほど否定の傾向は弱くなり、60代では1.4%にとどまる。これらの性別・年齢別区分による様相から、日本における韓流現象の初期から主な消費者として韓国大衆文化の人気を支えてきた中高年女性の存在感が、当調査の結果からも強く現れているように見られる。

また、既出した表6.3の設問で韓流に頻繁に接しているとした91名のうち77名(84.6%)が、韓流に何回かは接触した経験を持っているとした220名のうち122名(55.5%)が、韓流への接触経験が無いとした118名のうち34名(28.8%)が日本の韓流ブームに対して肯定的に評価しており、韓流商品への接触頻度が多いほど韓流に対する肯定的な評価を下す傾向が強い。

引き続き、韓流の名称をめぐる日本社会の評価について調べた。韓流の「韓」という文字が示しているように、韓流のネーミングには韓国中心の価値が内在され、対外的には韓国の国家イメージを表象化する一方、海外の受容において、ときに現地のナショナリズムを刺激する場合もあるようで、韓流の名称をめぐるのは韓国内でもさまざまな議論が行われてきた[財団法人韓国文化産業交流財団2012]。

このような「韓流」という名称に対する日本側の認識態度を性別・年齢別に調べた結果が下記の表6.11である。

区分	性別		年齢別					全体
	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	
良いと思う	27/14.1	55/23.2	18/14.9	13/16.3	16/22.2	22/26.5	13/18.1	82/19.2
悪くはない	66/34.6	75/31.6	37/30.6	28/35	26/36.1	25/30.1	25/34.7	141/32.9
違和感を感じる	17/8.9	12/5.1	12/9.9	8/10	3/4.2	3/3.6	3/4.2	29/6.8
どうでもいい	81/42.4	95/40.1	54/44.6	31/38.8	27/37.5	33/39.8	31/43.1	176/41.1
計	191/100	237/100	121/100	80/100.1	72/100	83/100	72/100.1	428/100

表 6.11：日本；「韓流」という名称に対する認識（単位：名/%）

無応答者1名を除き、428名から得られた結果では、「名称はどうでもいい」と答えた人が全体の41.1%でもっとも多く、次いで、「悪くは思わない」、「良いと思う」、「違和感を感じる」の順で、全体の6.8%が韓流に対して反感を示していた。男性より女性のほうが肯定の傾向が強く、年齢別区分では、20代から30代までの若い年齢層では否定の意見が1割前後を占めているのに対し、40代以上では平均4%にとどまり、年齢が高いほうが否定の傾向が弱く見られる。

ちなみに、韓流の名称に違和感を感じるグループのなかには、既出した表6.3の設問で

韓流に頻繁に接しているとした人はひとりもいなく、韓流の名称を肯定的に評価する人のなかには韓流への数回以上の接触経験を持っているとした人が 82.9%を占めていた。この結果上では、韓流への接触経験の程度と韓流の名称に対する認識には相関関係があるように見られる。

続いては、韓流の関連報道に対する日本側の認識を調査した。下の表 6.12 は、日本メディアの韓流報道に対する日本側の認識態度を、性別・年齢別に示したものである。

無応答者の 4 名を除いた 425 名のうち、過半数を超える 238 名が「少々大げさに宣伝している」とし、「だいぶ大げさで違和感を感じる」と答えた 58 名を合わせると、総 296 名、全体の 7 割近くの人が韓流の関連報道から大げさを感じるとした。韓流の関連報道に「違和感を感じる」グループは、男性では 18.3%を占め、9.8%の女性と 2 倍近くの開きを見せる。年齢別区分では、主に若い年齢層で韓流報道に対する批判的な態度が強く見られる。

また、韓流報道に対し、「大げさを感じる」といった意見が全体的に多いものの、既出した表 6.3 の設問で韓流への数回以上の接触経験を持っているとした人が違和感まで感じる場合は相対的に少なかった。

	性別		年齢別					
区分	男性	女性	20 代以下	30 代	40 代	50 代	60 代以上	全体
事実の伝達	14/7.3	38/16.2	5/4.1	5/6.3	10/13.9	15/18.3	17/23.9	52/12.2
少々大げさ	105/55	133/56.8	65/53.7	47/59.5	41/56.9	52/63.4	33/46.5	238/56
大げさで違和感	35/18.3	23/9.8	26/21.5	9/11.4	12/16.7	3/3.7	8/11.3	58/13.6
興味が無い	37/19.4	40/17.1	25/20.7	18/22.8	9/12.5	12/14.6	13/18.3	77/18.1
計	191/100	234/99.9	121/100	79/100	72/100	82/100	71/100	425/99.9

表 6.12：日本；韓流報道に対する認識（単位：名/%）

続いて、嫌韓言説や韓流に反対するデモなどに対する日本側の認識を調査した結果、16 名の無応答者があり、総 413 名から回答が得られた。

下記の図 6.4 から見られるとおり、回答者の 413 名のなか、「分からない・興味が無い」と答えた人がもっとも多く、197 名で全体の 47.7%を占めた。嫌韓言説や反韓流デモなどに対して同意の意思を示した人は、「同意する」と答えた 15 名と「やや同意するところもある」と答えた 81 名を合わせて総 96 名で、全体回答者の 23.2%に該当する。一方、「同意できない」と答えた人は 120 名で全体の 29.1%であった。男性のほうが女性に比べて同意と反対のいずれもより強く示しており、女性のほうは「分からない・興味が無い」の意見が多く占めている。ここでは年齢によるパターン化は認められない。

ところで、通常、韓流の主な消費者層として見なされる女性の 40 代で嫌韓言説や反韓流デモなどに対する同意の意見が 36.6%でもっとも高いという結果が出ているのは注目に値

する。実際に、嫌韓言説や反韓流デモなどに同意の意思を示した 96 名のなかには韓流に「頻繁に接している」韓流ファンが 18 名も含まれており、韓流の消費者が必ずしも嫌韓言説や反韓流デモなどに反対するわけではないといった結果が得られた。

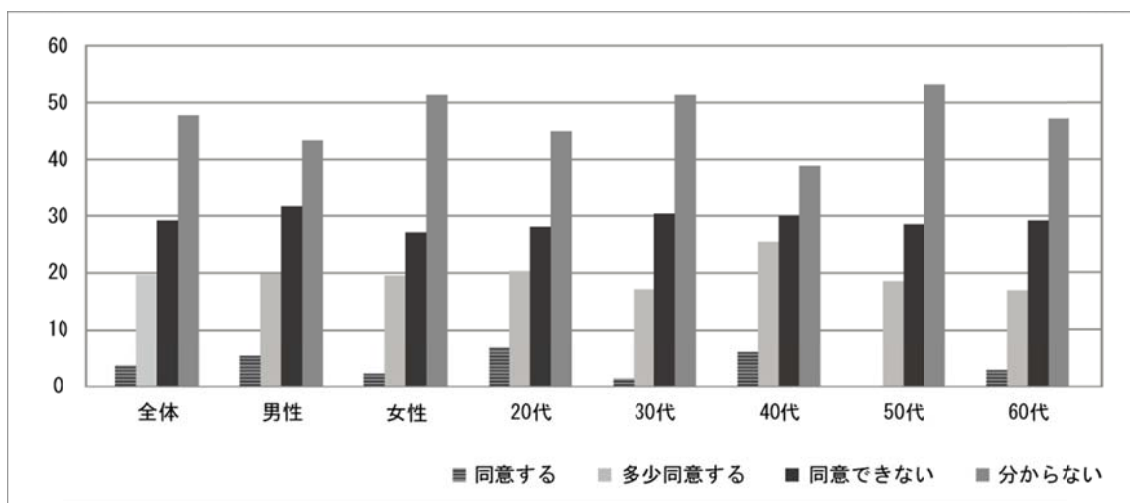


図 6.4：日本；嫌韓言説や反韓流デモなどに対する認識（単位：％）

ただし、これら 18 名のうち、多くの人は嫌韓言説や反韓流デモなどに同意の意思を示した理由として、「韓流ドラマを過剰編成し、自体制作をしない放送局や、商業主義に便乗した韓流ドラマの再放送など」を批判する意見がほとんどであった。このような意見から、上記の結果が韓流自体に対する反感を示している意味ではないという理解もできる。

・韓国側の韓流認識

韓流が中国のメディア上で登場して以来、10 年以上の時間が経ている。これまでの韓流をめぐるありようが、発信側である韓国社会の一般大衆にはどのように映っているか、海外における韓流現象に対する韓国側の認識を下記の表 6.13 で示した。

区分	性別		年齢別					全体
	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	
肯定的である	168/68.6	177/74.4	103/67.8	55/73.3	76/67.9	54/77.1	57/77	345/71.4
否定的である	4/1.6	5/2.1	5/3.3	1/1.3	1/0.9	0/0	2/2.7	9/1.9
どちらでもない	53/21.6	39/16.4	26/17.1	13/17.3	27/24.1	14/20	12/16.2	92/19
興味が無い	20/8.2	17/7.1	18/11.8	6/8	8/7.1	2/2.9	3/4.1	37/7.7
計	245/100	238/100	152/100	75/99.9	112/100	70/100	74/100	483/100

表 6.13：韓国；海外における韓流現象に対する認識（単位：名/％）

「海外の韓流現象をどう思うか」という質問に対し、全体回答者 483 名のうち、韓流に対して肯定的に評価を下す人が全体の 7 割を超え、次に「どちらでもない」、「興味がない」そして「否定的である」の意見の順で続く。韓流に対して否定的な意見を示したのはわずか 1.9%に過ぎない。敢えていえば、20 代の若い年齢層はほかの年齢層に比べ肯定の性向は多少弱い、大きな差異は示していなく、全般的に韓国側の被験者は韓流に対して肯定的なまなざしを向けているように見られる。

ほかの設問でも、「海外における韓流現象が自負心を持たせるか」と質問したところ、回答者全体の 78.3%が韓流現象に自負心を感じると同意を示した。韓流現象に対して自負心を感じないとした人は全体の 3.5%に過ぎず、「どちらでもない」とした中立の意見は全体の 18.2%で、上記の「海外の韓流現象をどう思うか」に関する設問の結果以上に韓流現象に対して肯定的な態度を示している。

以上の調査結果から、今は韓流現象が韓国社会の自負心を高める肯定的な現象として高い評価を得ていることが分かるが、次では、韓流現象が韓国の一般大衆から関心を受けはじめた時点について調査した。この質問では、「最初中国で韓流現象が始まってから」と、「『冬のソナタ』のヒットで日本でブームを起こしたときから」、「最近ヨーロッパをはじめ、アジアだけでなく世界に韓流が拡大しながら」、「そして「興味がない」まで、四つの選択肢を用意した。

下記の表 6.14 から見られるとおり、無応答者の 2 人を除き、481 名の回答者から得られた結果では、回答者の 53.8%が日本におけるブームのときから韓流現象に関心を持ちはじめたと答え、圧倒的に多かった。次いで「最近ヨーロッパをはじめ、アジアだけでなく世界に韓流が拡大しながら」、「興味がない」、「最初中国で韓流現象がはじまったときから」の順で続く。この結果を年齢別に見れば、年齢が高いほど「日本におけるブーム」を選んだ割合が高く見られる。一方、年齢が若い世代では、「最近ヨーロッパをはじめ、アジアだけでなく世界に韓流が拡大しながら」を選んだ人も多く見られる。

区分	性別		年齢別					全体
	男性	女性	20 代以下	30 代	40 代	50 代	60 代以上	
中国で始まり	23/9.5	19/8	15/9.8	8/11	6/5.4	4/5.7	9/12.2	42/8.7
日本でブーム	129/53.1	130/54.6	66/43.4	38/52.1	60/53.6	47/67.1	48/64.9	259/53.8
世界に拡大	59/24.3	66/27.7	48/31.6	20/27.4	31/27.7	12/17.1	14/18.9	125/26
興味が無い	32/13.2	23/9.7	23/15.1	7/9.6	15/13.4	7/10	3/4.1	55/11.4
計	243/100.1	238/100	152/100	73/100.1	112/100.1	70/99.9	74/100.1	481/99.9

表 6.14：韓国；韓流現象に関心を持ちはじめた時期（単位：名/%）

次の図 6.5 では、海外における韓流現象を肯定的に評価する根拠として、韓流の機能のうち、もっとも高く評価する項目について調査した結果を性別・年齢別に示した。

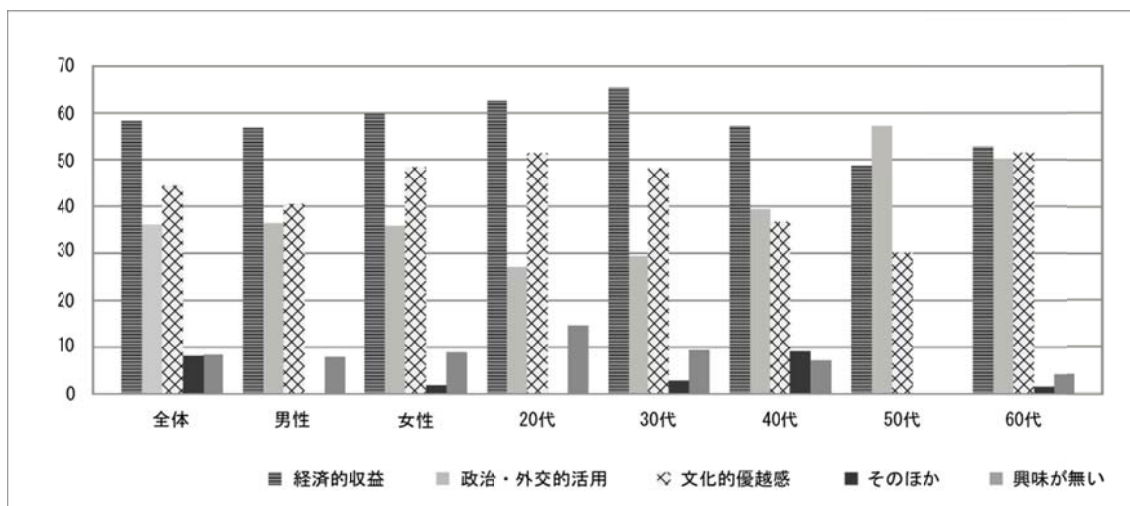


図 6.5：韓国；海外の韓流現象がもたらす影響に対する認識（単位：％，重複選択が可能なので小計は必ずしも 100 ではない）

全体回答者 483 名のうち、もっとも多い 281 名（回答者の 58.2%）が経済的受益の創出を挙げ、次に 214 名（44.3%）が文化的優越性の高揚を、そして 174 名（36%）が政治・外交的手段としての機能を挙げた。一方、興味が無いとした人は男性 19 名と女性 21 名を合わせて 40 名（8.3%）、「そのほか」を挙げた 4 名のなかには、宗教的手段（キリスト教の伝道に活用）、国際交際（結婚）の手段としての活用などの意見もあった。

性別区分では男女グループに大きな差異は認められなく、年齢別区分では、20 代から 40 代の年齢層は経済的収益を重視する傾向が強く、50 代では政治・外交的手段を挙げた人が経済的受益の創出の意見を上回り、60 代では両者と文化的優越性の高揚まで等しい分布を示した。年齢による認識の差異は多少認められるが、全般的にみれば、そもそも文化コンテンツ産業として出発した韓流現象が韓国の関連産業界に莫大な経済的利益を持たせた点については、多くの人々が高い評価を下しているように見られる。

韓流に対する韓国社会の肯定的な評価の他方では、最近の韓流に関する韓国政府の政策やメディアの報道における自民族・自文化中心主義的な性向が韓流の海外進出を妨害する要因となりうるといった批判の声も高い [キム・グァンソク 2007 ほか]。

以下では、これらの批判と反省の対象となる韓国社会の韓流に対する過剰な評価や期待、韓流議論における民族主義的な要素に対する一般大衆の意見を尋ねた。まず、次の図 6.6 では、「韓国社会の韓流に対する期待は高すぎる」という設問項目に対する意見を五段階の評価で回答してもらい、その結果を性別・年齢別に示した。分析においては、「強く肯定」

と「やや肯定」を合わせて「肯定」の意見とし、「強く否定」と「やや否定」を合わせて「否定」の意見として扱った（以下同）。

韓国社会の韓流に対する期待は高すぎるかという設問に対して、「強く肯定」した 51 名と、「やや肯定」した 262 名を合わせ、全体回答者（総 483 名）の 64.8%が「肯定」の意見を示している。「どちらでもない」と答えた中立の意見は 126 名で全体の 26.1%、「否定」の意見は総 44 名で、全体の 9.1%にとどまった。

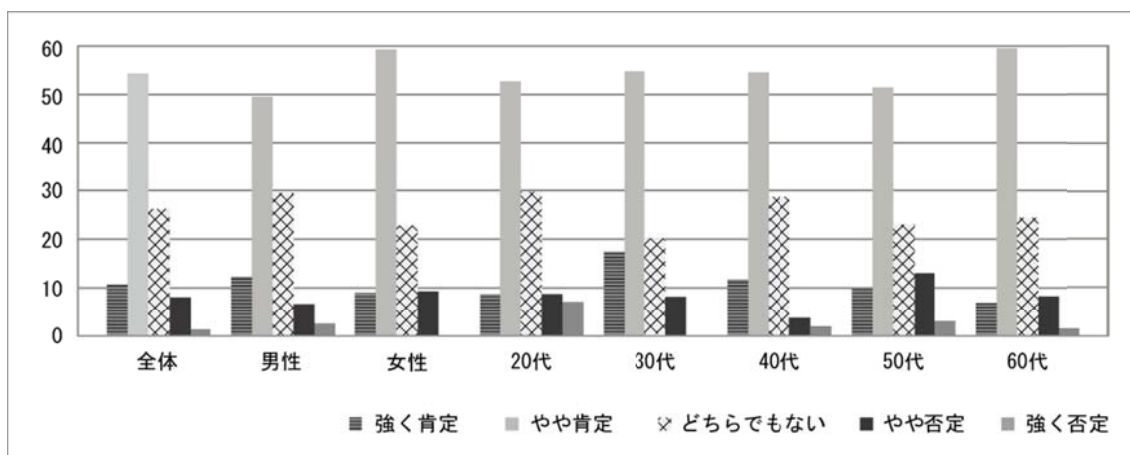


図 6.6：韓国；韓国社会の韓流に対する期待は高すぎるという認識（単位：％）

これまでの結果では韓国側の多くの被験者が韓流に対して肯定的なまなざしを向けているように見られる。だが、他方では、自らの社会における韓流に対する期待が高すぎると指摘する傾向も強く見られ、韓流初期に韓国のメディアが政府の過熱な韓流政策や期待に対して自粛を求めていた観点と類似な様子を示している。

前章で述べたとおり、韓国内の韓流をめぐる議論のなか、「脱韓流論」のように、「韓流」といった名称が韓国の国家アイデンティティを強調し、他国の警戒や反感をもたらすという指摘が芸能界や産業界などからされている [パク 2007]。だが、本研究で韓流の名称に対する韓国側の認識を調査した結果、そのような危惧はあまり見られない。被験者に韓流の名称に対する意見を尋ねたところ、無応答者 2 名を除いた 481 名のうち、「名称はどうでもいい」と答えた人が 218 名で全体の 45.3%を占めもっとも多く、ほぼ同じ割合の 45.1%の 217 名が韓流の名称に対して「良いと思う」と答え、肯定の意見を示した。「興味がない」とした人は 27 名で全体の 5.6%、否定的な意見を示したのは 19 名で全体の 4%にとどまった。

また、韓国側の韓流の関連報道に対する認識を調べた結果では、無応答者 5 名を除き、478 名の回答者のうち 187 名が「韓国社会の自負心を高揚させる」と答え、全体の 39.1%を占めた。一方、「多少大げさの報道に反感を感じる」と答えた人も 150 名で全体の 31.4%

を占め、多くの人が韓流の関連報道に多少の誇張がある点を指摘していた。次に、全体の20.1%に該当する96名が「事実を伝えている」とし、興味がないとした人は45名で9.4%であった。性別区分では、男性より女性のほうが関連報道に大げさを感じるという傾向が若干強く、年齢別では若いほど大げさで反感を覚えるとする割合が高く、20代での43%と60代での10.8%のように、年齢層による大きな開きを見せていた。

一方、本調査の日本側の結果によれば、嫌韓言説や反韓流デモなど一連の反韓流言説は日本の一般大衆に全般的な支持を受けているとは言いがたい。2005年の嫌韓流をめぐる議論についても、敏感な反応を示したのは日本のメディアより韓国のメディアのほうであった。当時、「日本における韓流の展開に水をさすのではないか」というメディアの懸念は、近年の韓流に反対するデモを見るまなざしにも続いており、注意を払いながら報道を続けている『東亜日報』2011年9月20日付ほか。

さて、「嫌韓流が日本の韓流展開に影響を及ぼすか」に関する韓国側の認識を調べた結果は、下記の図6.7のとおりである。

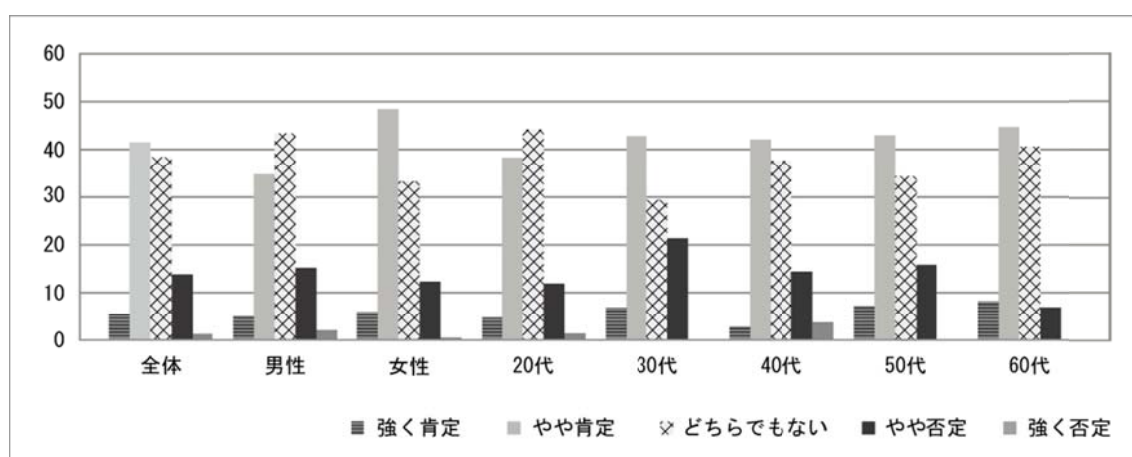


図 6.7：韓国；嫌韓流が韓流展開に及ぼす影響に対する認識（単位：％）

「嫌韓流は日本の韓流展開に大きく影響する」という設問に対して、「強く肯定」とした26名と「やや肯定」とした200名を合わせ総226名、全体の46.8%が嫌韓流の影響力を認めていた。次に、「どちらでもない」とした中立の意見が全体の38.3%を占め、否定の意見は「やや否定」と「強く否定」を合わせて14.9%にとどまった。性別区分では、男性（39.6%）より女性（54.2%）のほうが嫌韓流の影響力を認める傾向が強かった。年齢別で見れば、年齢が高いほうが嫌韓流の影響力を認める傾向が強く、60代から次に50代、30代、40代、20代の順で嫌韓流の悪影響を意識していた。

2005年に韓国のメディア上で深刻に捉えていた嫌韓流や、さまざまな韓国バッシングに対する当時の衝撃と危惧は、数か月の議論の末一段落した。だが、その後も嫌韓流は韓国

社会に強い印象を残し、いまだに嫌韓言説の動きが報道されるたび浮かび上がり、本調査の結果でも嫌韓流の強い存在感がうかがえる。

一方、既出した設問で、韓国メディアの韓流に関する報道が「韓国社会の自負心を高揚させる」と答えた187名のうち、嫌韓流の影響（図6.7）を認めた人は104名で当グループの55.6%、影響を否定した人は25名で13.4%に該当する。そして、韓流に関する報道について「多少大げさの報道に反感を感じる」とした150名のなかでは、嫌韓流の影響を認めた人が72名で当グループの48%、影響を否定した人は28名で18.7%であり、そもそも元の設問で嫌韓流の影響を認めた意見が多かったため、いずれも肯定の割合が高く見られるのだが、その比率を比較すると韓流関連報道に肯定的なグループでは嫌韓流の影響を認める傾向が強く見られる。言い換えれば、嫌韓流の影響を大きく捉えている人が、韓流に対して肯定的なまなざしを向けている場合が多く見られるのである。

3.2.3 日本における韓流現象と日韓関係へのはたらき

2004年の『冬のソナタ』の大ヒットとともに始まった日本における韓流ブームは、文化商品の輸出増加をはじめ、ほかの産業への大きな波及効果をもたらした結果、韓流が文化産業としての地位を固める契機を提供した[イ 2006: 185]。日本の韓流ブームは、最初韓流の経済価値の創出から脚光を浴びたが、このような経済価値への関心の偏重から離れ、徐々に社会的な波及効果、とりわけ日韓間の政治的な効果が注目を集めるようになり、韓国社会の全般的な韓流議論の方向性に影響を与えた。以下では日韓関係における韓流のはたらきの実態について探ってみる。

・日本社会の韓流受容と対韓認識の変化

韓流が日韓関係に及ぼす肯定的なはたらきについては、既に多くの先行研究で語られている。韓流ジャンルの受容が日本人の日韓間の歴史問題に対する関心を喚起させ、韓国社会問題や伝統文化、歴史などさまざまな分野に対する非政治部門の関心を高め、民間交流の場を広げると期待される。だが、多くの先行研究が主に韓流消費者を対象としているので、日本社会の一般大衆においてどれほど韓流のはたらきが影響力を及ぼしているかは疑問に残る。

ここでは韓国や韓国人のイメージと関連したさまざまな項目に対し、「そう思う」から「ややそう思う」、「どちらでもない」、「あまり思わない」、「思わない」の五つの段階評価で回答してもらい、分析においては「そう思う」と「ややそう思う」を合わせて「肯定」の意見とし、「思わない」と「あまり思わない」を合わせて「否定」の意見として扱った。また、関連項目に関しては韓流ブームを基点とした前後に分けた意識程度を尋ね、韓流ブームを前後としてその対韓認識に自ら変化を感じるかについて調査した。

まずは、「韓国に対して距離感を感じる」という設問に対する結果を観察するが、下記の表 6.15 のとおり、設問に対し多くの人が韓流ブーム以前には「肯定」していたとしたが、韓流ブーム以後の時点では「否定」を選んだ人が多く、韓流ブームを前後とした意識の変化がうかがえる。

	韓流ブーム以前						韓流ブーム以後					
区分	強肯	弱肯	中間	弱否	強否	計	強肯	弱肯	中間	弱否	強否	計
男性	11.5	29.2	34.4	16.7	8.3	100.1	4.2	15.1	20.3	44.3	15.1	100
女性	13.1	21.1	41.8	15.2	8.9	100	2.1	6.8	26.2	37.6	27.4	100.1
20 代	13.2	15.7	30.6	24.8	15.7	100	4.1	12.4	11.6	42.1	29.8	100
30 代	15	22.5	35	18.8	8.8	100.1	7.5	13.8	20	38.8	20	100.1
40 代	13.9	22.2	40.3	12.5	11.1	100	2.8	6.9	29.2	37.5	23.6	100
50 代	8.4	37.3	45.8	7.2	1.2	99.9	0	12	32.5	37.3	18.1	99.9
60 代	11	30.1	45.2	11	2.7	100	0	5.5	31.5	49.3	13.7	100
全体	12.4	24.7	38.5	15.9	8.6	100.1	3	10.5	23.5	41	21.9	99.9

表 6.15：日本；韓流ブーム前後における韓国に対する距離感の回答分布（単位：％）

全体 429 名のうち 159 名が韓流ブーム以前に韓国に対して距離感を感じていた（肯定）としたが、韓流ブーム以後に距離感を感じているとした人は 58 名に大幅減っている。反面、韓流ブーム以前に距離感を感じていなかった（否定）とした回答は 105 名で、韓流ブーム以後に 270 名まで大幅増えている。

韓流ブームを前後とした意識変化を性別に分けてみると、韓国に距離感を感じるとした場合、男性と女性それぞれ 78 名と 81 名が 37 名と 21 名に大幅減っている。女性の方が変化の幅が大きく見られる。韓国に対して距離感を感じないとした場合も、男性では 48 名から 116 名に、女性では 57 名から 154 名まで大幅増え、同様の結果が出ている。年齢別では、もっとも意識変化の幅が大きいのは 60 代の年齢層である。とくに 60 代の 73 名のうち 30 名が韓流ブーム以前には距離感を感じていたとしたが、韓流ブーム以後に距離感を感じているとした人は 4 名に減っている。次に 50 代、40 代、30 代、20 代の年齢順で意識変化の幅の差があり、年齢が高いほど変化の幅が激しい。とくに 50 代と 60 代の場合、韓流ブーム以前には韓国に距離感を感じていたとした割合が相当高いことから、過去の歴史摩擦により両国間で長年維持されてきた心理的距離の築積の様相がうかがえる。ちなみに、女性の 60 代の年齢層は、該当グループの 40.5%が韓流ブームの以前に韓国に対して距離感を感じていたとしたが、韓流以後に距離感を感じるとしたのは 2.4%まで減っている反面、距離感を感じないという意見は 9.5%から 59.5%まで増え、もっとも反転の幅が激しく、韓流の影響が強く見られる。

これらの分布の変化だけでなく、実際に回答者が変化した様相を分析するため、一般に

韓国に関連する否定的な認識に対する賛否意見を聞く場合では、「思わない」、つまり強い否定を5点とし、順次的に「そう思う」、つまり強い肯定を1点として変数を適用し、新しく生成された差異の値がマイナスであるほど、韓流が肯定的に作用したこととして解釈した（ただし、分析において前後の差異の値が0で変化が無いとしても、元々強い否定で5点であった場合は被験者が最初から肯定的なまなざしを持っていたことを意味するので、本項目の趣旨である韓流による対韓認識の改善の可能性を論じるには多少曖昧なことがある点をあらかじめ言うておく）。下記の表 6.16 はその分析結果である。

区分		韓流ブーム前後における韓国に対する距離感の変化									計
		-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
計	人数 (N)	12	24	77	122	175	9	7	2	1	429
	割合 (%)	2.8	5.6	17.9	28.4	40.8	2.1	1.6	0.5	0.2	99.9

表 6.16：日本；韓流ブーム前後における韓国に対する距離感の変化

上記の頻度分析の結果によれば、肯定的な方向に変化した場合、つまり－4点から－1点までのグループに該当する人は総 235 名、全体の 54.8%を占め、韓流ブームをきっかけとして多くの人々が韓国に対する心理的距離が縮まったと意識していることがうかがえる。変化が無いグループ（0点）は 175 名で全体の 40.8%を占め、否定的な方向に変化した人（1点から4点）の総合は 19 名で全体の 4.4%に過ぎなかった。

一方、韓流ブームを前後とした韓国に対する距離感の変化（表 6.16）と、既出した韓流への接触経験（表 6.3）との回答分布の関係を調べると、韓流への接触経験が無いとしたグループに比べ、韓流への数回以上の接触経験を持っているとしたとしたグループで肯定的な方向への変化（－4点から－1点の間）の割合が高く見られる。また、肯定的な方向へ変化した場合では韓流への接触経験が無いとした人と、韓流に頻繁に接している人の割合が平均 15%と 31%であるが、否定的な方向へ変化した場合（1点から4点の間）では、それぞれ平均 36%と 10%に反転する。

続いては、「韓国は色々な面で日本より遅れている」という項目に対し、韓流ブーム前後における認識の変化を尋ねた。

下記の表 6.17 から見られるとおり、韓国が日本より遅れているという認識に対し、無応答者 1 名を除いた 428 名のうち、43.2%である 185 名が韓流ブーム以前には肯定していたとしたが、韓流ブーム以後には肯定の意見が 72 名に減っており、否定の意見は韓流ブーム以前の 98 名から韓流ブーム以後の 235 名まで増えている。これには、韓国ドラマや映画などの映像コンテンツなどに出てくる韓国社会の近年の様子が、過去の韓国に対する「後進国」または、「開発途上国」などのイメージを払拭しているという先行研究の結果と通じるものがある。

韓流ブームを前後とした回答分布の性別区分では、男性の場合、肯定の意見が 86 名から 34 名へ、否定の意見は 50 名から 105 名へと、肯定と否定の分布が反転した。女性の場合は、肯定と否定の意見がそれぞれ 99 名と 48 名から、38 名と 130 名へと反転し、変化の幅がより大きい。年齢別では、60 代がもっとも分布の変化が激しく、韓流を前後として対韓認識が大きく反転したと意識している。ここの設問においても、年齢が高いほど相対的に変化の幅が大きい傾向があり、中高年層における対韓国観の変化が大きく認められる。年長層の意識の中で戦後長く維持されてきた否定的な韓国の国家イメージが韓流ブームを契機として大きく改善されたことが分かる。一方、20 代はほかの年齢層に比べ、韓流ブーム以前にも否定の意見が相対的に多かった。

区分	韓流ブーム以前					計	韓流ブーム以後					計
	強肯	弱肯	中間	弱否	強否		強肯	弱肯	中間	弱否	強否	
男性	14.7	30.4	28.8	18.3	7.9	100.1	9.4	8.4	27.2	41.4	13.6	100
女性	12.7	29.1	38	13.9	6.3	100	2.1	13.9	29.1	41.4	13.5	100
20 代	11.7	26.7	30	23.3	8.3	100	7.5	19.2	26.7	30.8	15.8	100
30 代	12.5	30	33.8	13.8	10	100.1	2.5	12.5	36.3	35	13.8	100.1
40 代	11.1	30.6	27.8	20.8	9.7	99.9	5.6	12.5	26.4	34.7	20.8	100
50 代	16.9	30.1	38.6	9.6	4.8	100	3.6	7.2	26.5	53	9.6	99.9
60 代	16.4	32.9	41.1	8.2	1.4	100	6.8	1.4	26	58.9	6.8	99.9
全体	13.6	29.7	33.9	15.9	7	100.1	5.4	11.4	28.3	41.4	13.6	100.1

表 6.17：日本；韓流ブーム前後における「韓国は日本より遅れている」という認識の回答分布（単位：％）

前の設問と同様に、分布だけでなく被験者の実際の意識変化を分析した結果、下記の表 6.18 のとおり、変化が無い人が 215 名、全体の 50.1％でもっとも多く、韓流ブーム以後、肯定的な方向に変化した人は総 205 名で全体の 47.8％を占め、否定的に変化した人の 1.9％にとどまった。

区分		韓流前後における「韓国は日本より遅れている」という認識の変化									計
		-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
計	人数 (N)	4	21	66	114	215	5	2	1	0	428
	割合 (%)	0.9	4.9	15.4	26.6	50.2	1.2	0.5	0.2	0	99.9

表 6.18：日本；韓流ブーム前後における「韓国は日本より遅れている」という認識の変化

それから、「韓国は日本より遅れている」という認識の変化（表 6.18）と既出した韓流への接触経験（表 6.3）との回答分布の関係を調べた。韓流への接触経験が無いとしたグループでは、肯定的に変化した人と否定的に変化した人の割合が 30.8％対 5.1％で、韓流

に頻繁に接しているとしたグループではそれぞれ 61.5%と 1.1%, いずれも肯定的に変化した人の比率が高いものの, 比較的韓流経験が多いほうが肯定的な変化の程度も高く見られる。

続いて, 次の表 6. 19 は, 韓流を前後とした「韓国は反日社会である」という認識に対する回答分布を性別・年齢別に示したものである。

	韓流ブーム以前						韓流ブーム以後					
区分	強肯	弱肯	中間	弱否	強否	計	強肯	弱肯	中間	弱否	強否	
男性	26	47.4	12.5	12.5	1.6	100	21.4	44.8	14.6	16.7	2.6	100.1
女性	20.7	44.3	25.7	7.2	2.1	100	10.1	40.9	28.7	15.2	5.1	100
20代	22.3	33.9	25.6	14.9	3.3	100	17.4	31.4	22.3	24	5	100.1
30代	16.3	43.8	26.3	12.5	1.3	100.2	10	42.5	28.8	17.5	1.3	100.1
40代	29.2	45.8	11.1	9.7	4.2	100	18.1	38.9	19.5	18.1	5.6	100.2
50代	20.5	56.6	19.3	3.6	0	100	12	50.6	24.1	7.2	6	99.9
60代	28.8	54.8	12.3	4.1	0	100	17.8	56.2	16.4	8.2	1.4	100
全体	23.1	45.7	19.8	9.6	1.9	100.1	15.2	42.6	22.4	15.9	4	100.1

表 6. 19 : 日本 ; 韓流ブーム前後における「韓国は反日社会である」という認識の回答分布 (単位 : %)

本調査のほかの項目で見ると, 日本社会における韓流ブームを前後として多くの日本人の韓国に対する認識が大きく変化したとし, 韓流の影響が強いことがうかがえるが, 韓国が反日社会であるという認識については, それほど大きな分布の変化が認められない。

「韓国が反日社会である」という認識に韓流以前から肯定していたとした人は総 295 名で全体回答者 429 名の 68.8%である。それから, 全体の 57.8%に該当する 248 名の人が韓流ブーム以後の時点においても韓国を反日社会として認識しているとした。

上記の結果では, 女性のほうで韓流ブーム以後に分布の変化が多少大きく見られるが, 性別・年齢別の大きな差異は認められない。ただし, 「韓国は反日社会である」という設問に対する肯定の意見が, 20 代の年齢層では韓流ブームを前後として 56.2%から 48.8%へと減っているのに対し, 60 代ではそれぞれ 83.6%から 74%へと, 変化の幅がもっと小さいだけでなく, 韓流前後を問わず年齢が高いほど韓国を反日社会と認識している傾向が強く見られる。

一方, 被験者の実際の意識変化を分析した結果, 下記の表 6. 20 から見られるとおり, 肯定的な方向への変化の幅は 2 点までで少ないものの, 肯定的な方向へ変化した割合は 23.8%で, 既出の「韓国に距離感を感じる」程度や「韓国が日本より遅れている」という認識の設問での肯定的な変化に比べ改善の程度は少ない。もちろん, 韓国社会に反日情緒が根強く内在されているのは周知の事実であるが, 一方的に反日感情を表出しているわけではな

く、これまでの両国のメディアにおける日韓問題関連報道の動向がいつそう両国の感情的な対立を助長してきたのも事実である [ジョン 2002 ; 小針 2004]。このように、メディアから得られる断片的な情報によって形成された、激しい反日国家という韓国のイメージが、韓流ブームを契機とした韓国観光の対面接触などを通じて改善されているという先行研究もしばしば目にする [平田 2004 ほか]。だが、韓流ブームは別とし、両国間の絶え間ない外交摩擦が続いている現状において、交流や接触によって韓国に対する心理的な距離が縮まり、さまざまな側面における対韓認識が改善されるとしても、韓国社会が反日社会であるという認識は一定の固定観念として作用しているのである。

区分		韓流前後における「韓国は反日社会である」という認識の変化									計
		-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
計	人数 (N)	3	7	28	64	305	17	5	0	0	429
	割合 (%)	0.7	1.6	6.5	14.9	71.1	4	1.2	0	0	99.9

表 6.20 : 日本 ; 韓流ブーム前後における「韓国は反日社会である」という認識の変化

たしかに、23.8%という値はその大小を判断できる数値ではない。韓流ブームを基点として、韓国社会が反日社会であるという認識においても、ある程度改善の効果があるのは事実である。既出した表 6.3 の設問で韓流接触の経験が無いとした 118 名のうち、本調査項目で肯定的に変化した人は 16 名で 13.6%、韓流に頻繁に接触しているとした 91 名のうち肯定的に変化したのは 31 名で 34.1%になる。これらの比較を通じて、韓流への接触経験が多いほど韓国社会が反日社会であるという認識も弱まることが分かる。

韓国文化観光研究院の分析によれば、2005 年に行った日本の一般人を対象とした設問調査結果で、韓流以後の韓国の言語、食べもの、政治、歴史、社会、大衆文化などに対する関心の変化は認められないと指摘した [韓国文化観光研究院 2005b : 97]。韓流の消費者向けの研究結果とは相反する結果であった。それから韓流が日本社会で展開され数年が経った現在、大衆文化商品の消費からはじまった韓流が、それ以外の分野である日韓の政治問題または、韓国の歴史や伝統文化などに対する日本社会の関心をどの程度高めているかは、日本人の対韓認識に韓流が及ぼした影響を把握する尺度として重要な意味を持つ。

次に、下記の表 6.21 は、韓流を前後とした「日韓関係や外交問題に興味を持つ」という認識に対する回答分布を示した結果である。

総 429 名のうち、160 名が韓流ブーム以前から日韓関係や外交問題に対して興味を持っていたと肯定の意見を示し、韓流ブーム以後に肯定している意見は 236 名まで増えた。増加の幅を女性より男性のほうが大きく、女性グループでは「どちらでもない」とした中立の意見が韓流ブームの前後ともに多いことから、日韓の外交関係に対する政治的な関心は低く見られる。日本の韓流ブームをめぐる多くの先行研究では女性消費者が主な受容者層

として見られるが、韓流に対する関心が必ずしも日韓外交問題への関心までには繋がらない状況を示唆するところである。年齢別では、韓流を基点とした変化がもっとも大きかったのは60代であり、30代はもっとも変化が少なかった。

	韓流ブーム以前						韓流ブーム以後					
区分	強肯	弱肯	中間	弱否	強否	計	強肯	弱肯	中間	弱否	強否	計
男性	14.1	31.8	33.9	16.1	4.2	100.1	20.8	46.4	23.4	6.8	2.6	100
女性	12.2	18.1	42.2	18.6	8.9	100	16.5	28.7	37.1	11	6.8	100.1
20代	19.8	25.6	28.1	13.2	13.2	99.9	22.3	37.2	20.7	9.1	10.7	100
30代	10	36.3	37.5	12.5	3.8	100	18.8	37.5	30	11.3	2.5	100.1
40代	15.3	26.4	33.3	22.2	2.8	100.1	19.4	31.9	36.1	9.7	2.8	99.9
50代	7.2	19.3	53	13.3	7.2	100	13.3	37.3	38.6	7.2	3.6	100
60代	9.6	12.3	45.2	30.1	2.7	99.9	16.4	38.4	35.6	8.2	1.4	100
全体	13.1	24.2	38.5	17.5	6.8	100.1	18.4	36.6	31	9.1	4.9	100

表 6.21：日本；韓流ブーム前後における日韓関係及び外交問題に対する興味の回答分布（単位：％）

続いて、「韓国の歴史と文化に興味がある」という項目に対し、韓流ブームの前後における認識の変化を尋ねた。全体回答者 429 名の 27.3％に該当する 117 名が韓流ブームの以前から韓国の歴史と文化に興味を持っていたとした。韓流ブーム以後での肯定の意見は 200 名となり、46.7％まで若干伸びている。当結果から韓流を前後として変化がある程度見られるものの、ほかの調査結果に比べ変化の幅が相対的に少なく感じられる。韓流ブームの以後の時点においても過半数を超える（53.4％）人が依然として韓国の歴史と文化に興味を示していない結果が出ている。

以上、韓流ブームを通して、日本人の韓国や韓国人に対する認識においてどのような変化を意識しているかを検討した。結果に関する考察は後で論じるが、韓流の消費者に限りなく、全体的に中高年の世代を中心として多くの人々が韓流現象を契機として韓国に対する認識が肯定的な方向へ変化したように思われる。しかしながら、韓流現象からの影響が必ずしも日韓間の歴史問題や韓国の歴史と文化などに対する日本社会の関心を喚起させるまでには及ばないといった、現時点における限界も認めなければならない

・日韓関係へのはたらき

日本のブームの当時に日韓友好への可能性を示した韓流は、それ以来、両国間のナショナリズムを超え、今後両国間の民間交流の架け橋の役割を演じてくれると期待が寄せられている。だが一方では、韓流は所詮大衆文化消費に過ぎないという懐疑的なまなざしも存

在していた。日韓間の友好関係の構築において、韓流の肯定的なはたらきに対する両国の期待はどのようなものであるか。結論からいえば、当調査の結果では日韓ともに多くの人が韓流のはたらきに高い期待を示している。

下記の図 6.8 は、「韓流は日韓関係に肯定的に作用すると思う」という設問に対し、まず日本側の認識を性別・年齢別に示したものである。

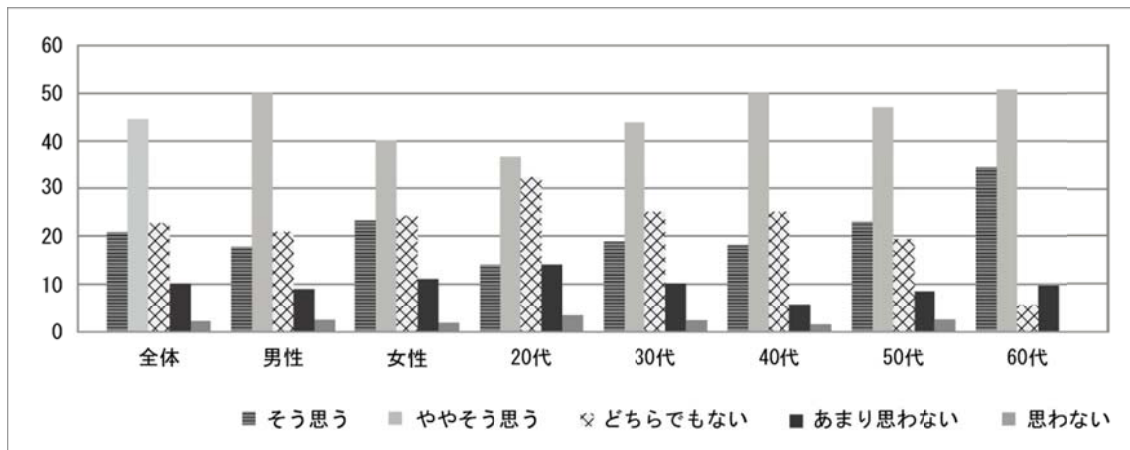


図 6.8：日本；日韓関係における韓流のはたらきに対する認識（単位：名/%）

日韓関係における韓流の肯定的なはたらきに対し、全体回答者 429 名のうち 65.3% に該当する 280 名が肯定の意見を示した。「どちらでもない」とした人は 97 名で全体の 22.6%，否定の意見を示した人は 52 名で全体の 12.1%にとどまった。性別による大きな差は認められなく、年齢別区分では、60 代の場合、肯定と否定の意見が 84.9%と 9.6%で、20 代ではそれぞれ 50.4%と 17.3%，年齢が高いほうが日韓関係における韓流のはたらきに対して高い期待を示していた。

一方、韓流が日韓関係に肯定的にはたらくと答えた 280 名のうち、韓流ファンと言える、既出した設問で韓流に頻繁に接しているとした人は 72 名で、言い換えれば、韓流ファン 91 名のうち 8 割近くの人が韓流が日韓関係に肯定的にはたらくという認識を持っていた。

次に、同じ設問に対する韓国側の回答結果を調査した。下記の図 6.9 から見られるように、韓流現象が日韓関係に肯定的にはたらくという点については、日本側の調査結果と同様、韓国側でも多くの人が期待を寄せていた。

「日韓関係に韓流が肯定的影響を及ぼす」という設問に対し、全体回答者 483 名の 67.3% に該当する 325 名が肯定の意見を示した。次に「どちらでもない」とした人が 121 名で 25.1%，否定の意見を示した人は 37 名で全体の 7.6%にとどまった。性別区分では日本の場合と同様、当設問においては男性のほうが女性のほうより肯定の傾向が若干強く見られるが、大きな差異は見られない。年齢別では、50 代と 60 代では肯定を示す人の割合が非常に高く、

年齢が高いほど肯定の傾向が強く見られる。

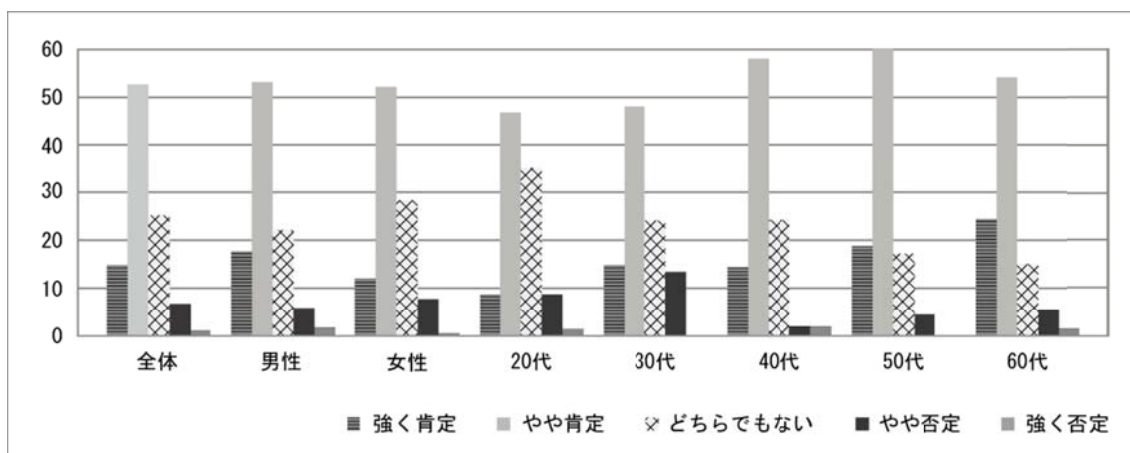


図 6.9：韓国；日韓関係における韓流のはたらきに対する認識（単位：％）

一方、これまでの日韓関係に韓流が肯定的に作用するという認識を論じるに際し、多くの先行研究が日本側の韓国や韓国人に対するイメージの改善を中心として語ってきた。だが、1998 年から韓国で施行された日本大衆文化に対する公式開放措置が日本社会から肯定的な評価を受け、対韓認識に肯定的な影響をもたらしたように [小針 2001：108]、日本における韓流現象も韓国で高い評価を受けるだけでなく、日本に対する韓国側の親密感を高める効果をもたらす可能性もあり得る。

次では、日本の韓流ブームによる韓国社会の対日認識の改善効果に対する日本側の期待を把握した。下記の図 6.10 は、「日本の韓流ブームにより、韓国社会の対日感情も良くなると思う」という設問に対する日本側の認識を示したものである。

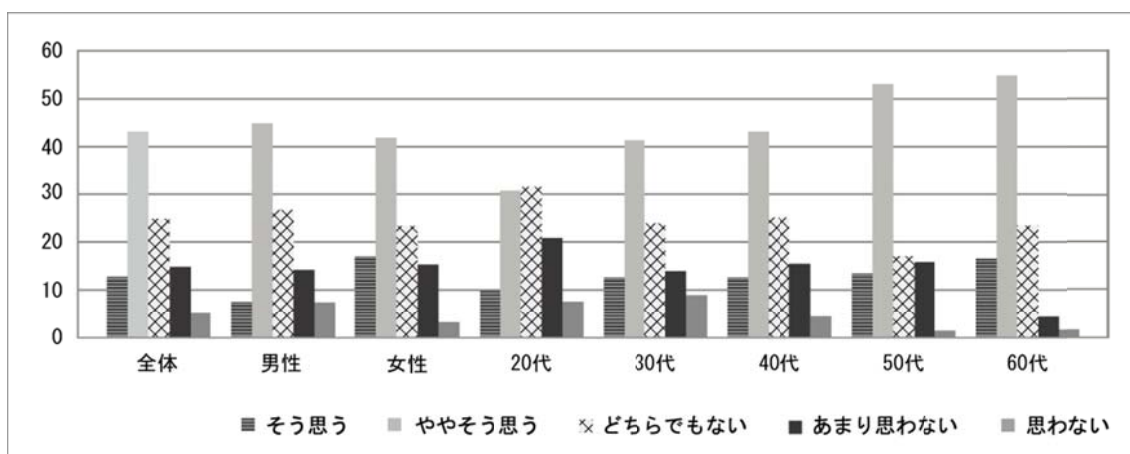


図 6.10：日本；日本の韓流ブームによる「韓国人の対日認識の改善」に対する期待（単位：％）

結果は、回答者全体（429 名）の過半数を超える 239 名（55.7%）が当設問に対して肯定の意思を示し、日本における韓流ブームが韓国の対日認識の改善に肯定的にはたらくと期待を寄せていた。次に「どちらでもない」人が 106 名で全体の 24.7%を占め、全体の 19.6%である 84 名が否定の意思を示した。

これらの分布を性別で見ると、男性（52.1%）より女性（58.7%）のほうが肯定する割合が若干高く、否定する割合はそれぞれ 21.4%と 18.2%で、女性のほうが「日本の韓流による韓国側の対日認識の改善」に対する期待が少々高く見られるが、大きな差ではない。年齢別では、肯定と否定の割合が 20 代ではそれぞれ 40.5%と 28.1%から、60 代では 71.2%と 5.5%まで開きが大きくなり、年齢が高いほど韓流に対する期待が高く見られる。

一方、韓国の対日認識の変化を期待する 239 名のなかには、既出した表 6.3 の設問で韓流に頻繁に接触しているとした人が 68 名、何回かは接触経験を持っているとした人が 118 名で、韓流への接触経験が無いとした人は 53 名である。観点を変えれば、韓流ファンの 74.7%、何回かは韓流に接触した経験がある人の 53.6%が、日本の韓流現象を通じて韓国の対日認識が改善することを期待しており、韓流への接触頻度によって期待の程度が変化することが分かる。

また、韓流現象を通じた韓国の対日認識の改善に強く肯定するグループのなかには、既出した表 6.15 の設問で、韓流ブーム以後「韓国に対して距離感を感じる」という設問に強く否定した人が 23 名で 59%を占め、韓国の対日認識の改善にやや否定するグループには、韓国に対する距離感にもやや否定した人が 25 名で 65.8%を占めている。観点を変えれば、韓流ブーム以後韓国を見近に思うほど、日本の韓流ブームによって韓国の対日認識も改善すると期待する程度も強くなると言える。

それでは、日本側の期待とおり、日本の韓流ブームが韓国の対日認識にどのようなはたらきを見せるか、韓国側の回答結果を性別・年齢別に次の図 6.11 で示した。

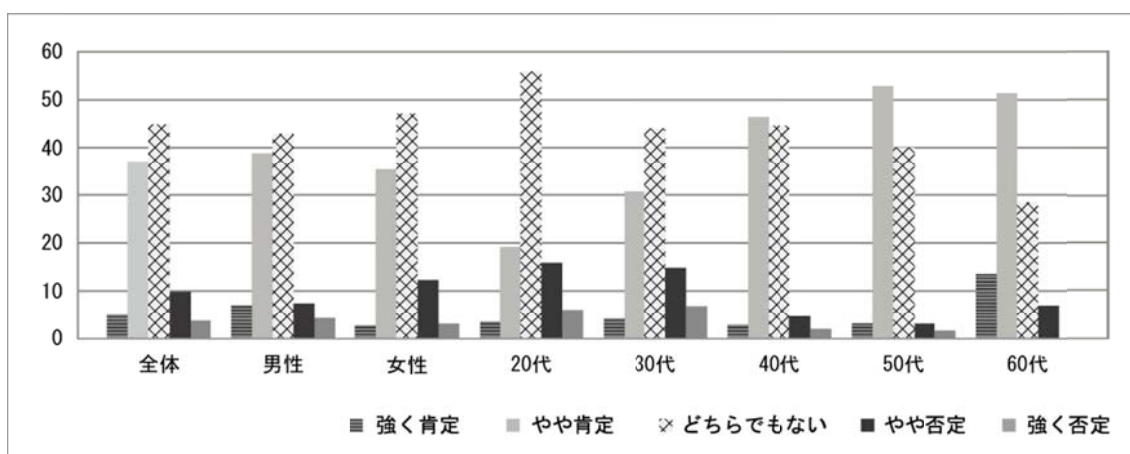


図 6.11：韓国；日本の韓流ブームによる対日認識の改善（単位：%）

「日本の韓流ブームにより私の対日認識も肯定的に変化した」という設問に対し、483名の全体回答者の44.9%に該当する217名が中立の意見を示し、全体の41.9%である202名は肯定の意見を示した。一方、否定の意見は64名と、全体の13.3%にとどまった。肯定の意見の割合に関していえば、日本側の期待値に比べ若干低い数値であるが、半分近くの人々が肯定の意見を示しており、また、否定の意見に関していえば、逆に日本の予想より韓国側の結果が低く出ている。性別区分では、日本の結果とは違い、男性（45.7%）のほうが女性（37.8%）のほうがより肯定する傾向が強い。日本の場合は一般に女性の韓流消費度が高いことから、女性のほうが直接韓流から影響も受けやすく、韓流とかかわるさまざまな面で男性より肯定的な傾向を示しているが、韓国側では異なる結果が出ている。年齢別区分では年齢層によって大きな差異が認められる。20代の場合、肯定と否定の意見が22.4%と21.7%であり差がなく、中立の意見が圧倒的に高い。40代からは肯定の傾向が強くなりはじめ、60代では肯定の意見が64.9%を占め、ほかの意見を大きく上回る。当調査結果では、年齢が高いほど、韓流が対日認識の改善に及ぼす影響が強く見られる。

以上の結果から、韓流受容後の日本社会における対韓認識の変化と、韓国社会における対日感情には相互作用があるように見られる。一般に「反日社会」と呼ばれる韓国において、日韓友好における韓流のはたらきに対する期待は矛盾しているように思われる。だが、長年続いてきた日韓両国の歴史的特殊性は日本に対する距離感と反感の背景となる同時に、常に日本を強く意識せざるを得ない要因ともなった。そのような背景をもって、韓流展開においても、韓流の評価においても、日本は特別な意義を持つと言える。

続いて、下記の図 6.12 では「韓流展開において日本は特別に重要だ」という設問に対する韓国側の認識を、性別・年齢別に示した。

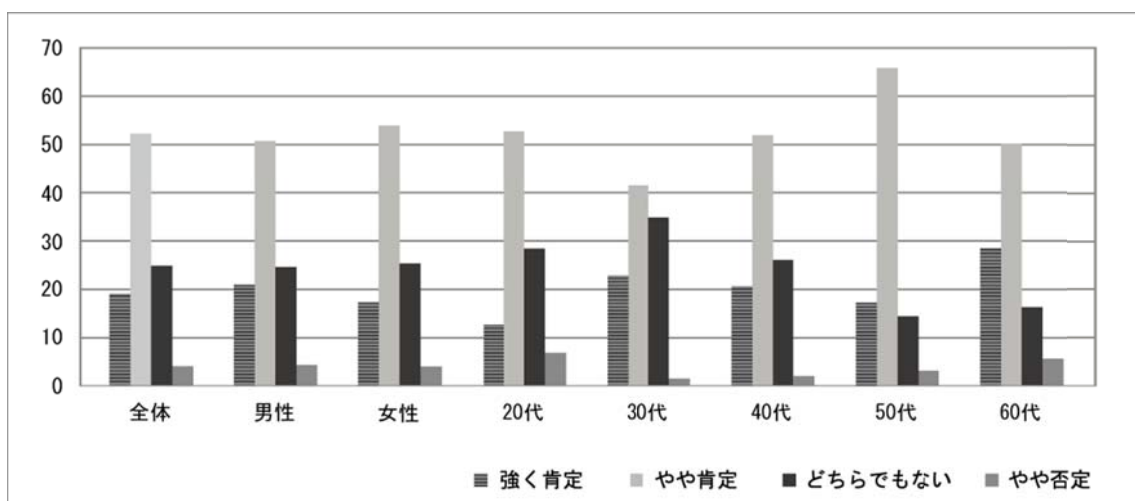


図 6.12：韓国；韓流展開における日本の重要性に対する認識（単位：名/%）

韓流展開における日本の重要性に対し、全体回答者 483 名の 7 割を超える人 (344 名) が肯定の意思を示した。中立の意思は 24.8%，否定の意思は 3.9%でとどまった。また、否定のうち、「強く否定」を示した人はひとりもいなかった。性別区分では、男女間の大きな差異は見られなく、年齢別では 50 代の場合、全体の 82.8%が肯定の意思を示して全年齢層のうち肯定の傾向がもっとも高かった。

続いて、韓流展開において日本が重要な意味を持つとした理由、その根拠の尺度を図るために、日本の韓流ブームの成果に対する韓国側の認識を調査した。既出した韓流の機能と関連した設問 (図 6.5) では、海外の韓流現象がもたらす肯定的な影響のうち、韓国側の被験者がもっとも高く評価する機能は経済的収益の創出であった。だが、「海外における韓流現象」から「日本における韓流ブーム」に範囲をしぼると、異なる結果が出た。次の図 6.13 は日本の韓流ブームの成果に対する認識を性別・年齢別に示したものである。

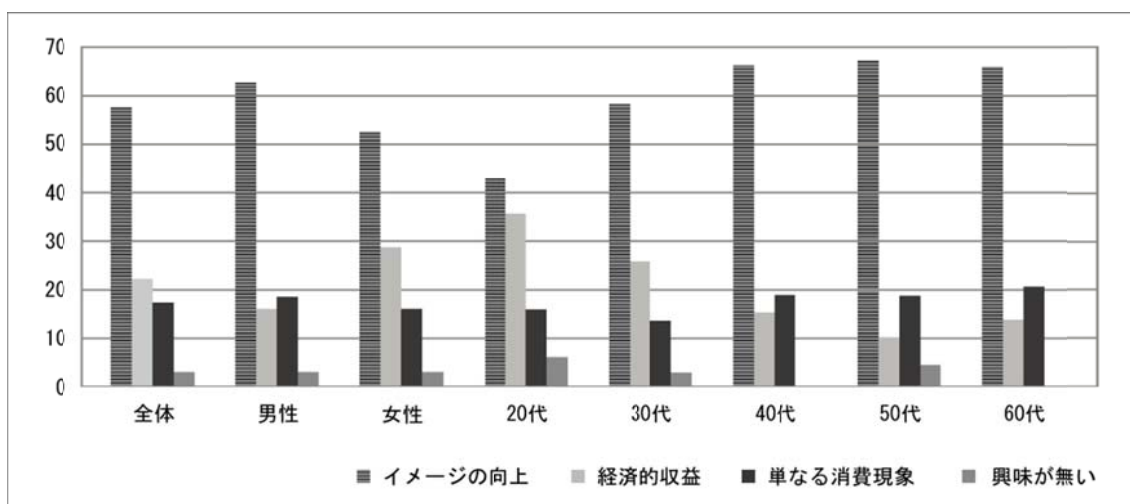


図 6.13：韓国；日本における韓流ブームの成果に対する認識 (単位：%)

無回答者 2 名を除き、全体回答者 481 名の 57.6%に該当する 277 名が日本の韓流ブームに対し「韓国のイメージが引きあがる良い機会だ」と評価した。海外における韓流現象全般に対する評価とは異なって、経済的な利益を優先にする意見は 22.2%にとどまった。次いでは「単なる大衆文化の消費現象に過ぎない」という意見が 17.3%で続き、2.9%の人は興味がないと答えた。性別区分では、男性のほうが国家イメージの向上と、経済的な利益を挙げた両グループの開きが大きく、女性より国家イメージを意識する傾向が強く見られる。年齢別では、もっとも両者の開きが大きいのは 50 代であり、20 代はもっとも開きが小さく、年齢の高いほうが国家イメージをより重視する傾向を見せる。

以上の調査結果から、日韓両国の多くの人は近年の日本における韓流現象を肯定的な評価を下し、今後の日韓友好の構築に肯定的な見込みをすると期待を寄せていることが分かる。このような両側の期待のうえ、今後、日本における韓流現象の持続に対する展望にも肯定的な意見が支配的である。「韓流は今後の日本社会で続いていくと思う」という設問に対し、日本側では1名の無応答者を除いた428名の7割を超える人(305名)が肯定の意見を示し、否定の意見は9.6%(41名)にとどまった。この結果においても、60代では88.9%が肯定を示すなど、年齢が高いほうが韓流の今後の展望に肯定的な見込みを向けていた。

そもそも、韓流現象の持続可否に関する議論は韓流初期から行われ、2004年から日本で韓流ブームが起こった時期においても、日本の韓流現象の展望には肯定と否定の両面が交錯していた。日本よりもむしろ韓国のほうが日本の韓流現象に疑問を持ち、2005年の嫌韓言説や2006年からの韓流輸出の不振などが展開される間、韓流の終焉に関する言説も台頭した経緯もある。だが、韓国側に対しても韓流の展望に関する認識を調査した結果、「日本社会における韓流はこれからも続くと思う」という設問に対し、韓国側の被験者では、全体の70.8%が肯定の意見を示し、日本側の結果と大きな差異は見られない。一回落ち着きを見せた韓流は着実に日本社会に安定しつつあり、最近では輸出面においてもメディアによる関心の面において、その活気を取り戻している。それから、韓国社会の韓流の展望に対する観点もだいぶ肯定的に変化していると思われる。

これまで、日本側の429名と韓国側の483名を合わせ、日韓両国の一般人912名を対象とした質問紙調査の結果を、両国の大衆文化受容の実態と日韓関係への認識、韓流現象に対する日韓両国の見込み、日韓関係と韓流の関わりなどに分けて検討してみた。

912名というサンプル数をもって一般化することは難しいが、多くの先行研究とは調査対象が相違し、時間差もあるので、本調査の結果をほかの調査や考察結果と照らし合いながら、近年の「韓流」をめぐる新たな展開状況が見えてくるのではないと思われる。結果においては、若干のばらつきは見られるものの、ある程度、前述した理論的考察に符合する結果が見られ、本稿の主題である韓流と日韓関係、観点を変えれば、韓流における日韓関係及び日本という国が持つ意義を考察するにあたり、実証的なデータとして使えることが期待できる。続いては、これらの調査結果を踏まえ、韓流と日韓関係について簡単に考察を行いたい。

4 調査結果の考察

4.1 日韓の大衆文化受容と相互認識

今回の日韓両国における設問調査の結果から見る限り、従来日韓間の文化交流が日本か

ら韓国への一方的な伝播であったのに対し、最近になって日本側の韓国大衆文化に対する関心の増加が目立ち、ようやく日韓の文化交流において相互均衡が取られているように思われる。

日本側では、韓流のファンとも言える、韓流に「頻繁に接している」人は全体の 2 割を超える。また、韓流のファンとまでは言えないが、韓流に接したことが「何回かはある」とした、全体の 51.3%に該当する 220 名のうち、約 7 割の人が今後韓流消費への意向を示し、潜在的韓流消費者としての可能性を見せている。本調査の先行研究である、韓国文化観光研究院の 2005 年の設問調査では、東京基準で韓流ファンと言える人は 5%に過ぎなかったが〔韓国文化観光研究院 2005b : 85〕、本調査による韓流接触度は、日本社会において韓流の消費はもはや少数のマニアックなジャンルではなくなったことを示唆する。

日本における韓流消費者層の拡大とは、単純に人数の増加だけを意味するのではない。韓流現象の初期、中高年女性に集中されていた消費者層が、『チャングムの誓い』で代表される歴史劇や多くのトレンドドラマ、そして近年のアイドル・グループ中心の大衆音楽の人気などにより、男性層や若年層にまで受け入れられ、消費者層が拡大されていることは、本調査の結果からも読み取れる。

一方、韓国側では回答者全体の 48%が日本大衆文化に興味があるとし、そのうち自ら「興味が多い」と答えた人も全体の 10.9%がいる。韓国側の調査においては、日本側の調査と異なり、切り口が接触経験の実態ではなく、興味の程度となっている。非公式の経路とはいえ、韓国社会に日本の大衆文化が流通しはじめてから、既に数十年が経っているため、韓国社会の日本の大衆文化に対する接触可能性は日本社会の韓流に対する接触可能性より高いと思われる。したがって、韓国側の「日本大衆文化に多少興味がある」とした場合でも、実際には多くの接触経験を持っている可能性がある。そして、日本の大衆文化に興味を示さないグループの場合も、興味がないとした理由として、約 5 割が「たまたま接する機会がなかった」とし、日本大衆文化に否定的なまなざしを示しているわけではない。

このような日韓両国において相手国の大衆文化に対する好感及び消費経験の増加は、両国の相互認識に大きな変容をもたらすと期待される。とりわけ日本における韓流ファン層の成長、韓流現象の拡大は日本社会の対韓認識だけでなく、韓国社会の対日認識にも大きくはたらく。

戦後から韓流ブーム以前までの日本社会における韓国・韓国人（朝鮮・朝鮮人）に対する認識には否定的な側面が強かった。明治時代の征韓論以来、植民地支配を通して深化した韓国（朝鮮）に対する蔑視と差別意識は戦後も消えることなく、日本社会において伝統的で否定的な韓国観を形成した〔イ・ジウン 2006 : 19〕。韓流以前にも、1988 年のソウルオリンピック開催や 1998 年の日本大衆文化の公式開放実施、2002 年のサッカーワールドカップ共同開催などを通してときに対韓認識が改善される気味は見たものの、2004 年の韓流ブームを契機とし、前例のない勢いで対韓イメージの否定的な傾向が引っくり返されたことが多くの世論調査や意識調査から語られる〔金水正 2007 ほか〕。

既出した X 氏の 2011 年 12 月 27 日のインタビューからも韓流による日本社会の対韓認識の変化の真相が分かる。在日コリアン 3 世である彼は次のように述べる。

最近、メディア上で報道される日本社会の韓国に対する認識の変化は、自分の場合、身をもって体験しています。これまで、在日コリアンつまり、韓国籍は自分の人生においてさまざまな障害物として作用してきた面もあったように思われます。だが、少なくとも、韓流と関わるビジネスにおいては、韓国籍はむしろ強点として作用する場合があります。

もちろん、韓流が完全な解決策ではありませんし、認識が変わったとしてもあくまで過去と比べた相対的な変化です。いまだに両国間には解決すべきの問題がたくさん残っているでしょ。しかしながらも、このような変化の可能性が見えてきて、実際の変化のありようが徐々に積み重なれていく今の状況には、大きな感激を感じます [X 2011]。

日韓関のこれまでの長い摩擦の経緯を考えると、X 氏の体感を通じても分かる韓流がもたらした日本の対韓認識の改善は、これまで予測や期待できなかった大きな変化である。

本調査においても、韓流ブームを基点とした対韓認識の変化について調べた結果、韓流ブーム以後、多くの日本人から韓国に対する距離感が縮まり、韓国に対して持っていた過去の否定的なイメージが改善していた。一般に男性よりは女性が、年齢の若い世代よりは年齢の高い世代において変化の幅が激しく、韓流への選好度に比例する構成比を表わしていることから、韓流の影響力がうかがえる。もちろん、韓流がもたらすこのような日本社会における対韓認識の変化には、その範囲や程度において制限があるもので、瞬時に日韓両国の友好関係が構築できるわけではない。だが、韓国に対する関心の喚起は、韓国に対して日本が持っていた過去のステレオタイプを打破し、人的往来や文化交流の機会が増大することで、新たな対話の可能性が開かれるという点で、日韓友好への入り口としての意味を持つと言える。

一方、韓流が導く新たな日韓関係への可能性は、日本社会の変化だけによるものではない。ユ・ジェウンは、「態度」の範疇を論じるにおいて、特定対象への感情を意味する狭義の解釈を行い、認知や行動は態度の範疇に入らずその前後から順番で影響が現れるという概念的な接近と、特定対象への感情のみならず知覚、行動、性向まで含む広義の解釈である構造的な接近を合わせ、ある対象に対する態度は、知覚と感情と行為意図を全て含むが、それは個人の信念、態度、行動意志の順で影響が現れるという [ユ 2007 : 134]。これを日本社会の韓流受容に適用すると、韓流商品を認知した日本人は韓国に対する態度に変化をもたらし、韓国に対する行動意志に変化が現れることになる。ここで日本人の韓流商品購買や韓国訪問、ハングル学習、日韓文化交流イベントへの参加といった一連のファンダム現象の文化交流への拡大が、韓国社会で可視化され、同じく韓国人の対日認識の態度に変化をもたらしことになる。

たとえば、韓国側の被験者総 483 名のうち（回答者は 475 名）、日本大衆文化への興味を示したのは約 5 割弱の 228 名、さらにそのなかで日本大衆文化の接触により対日認識が肯定的に変化したと答えた人は 93 名で、韓国側の被験者全体の 483 名から見れば約 2 割程度である。ところが、韓国側の被験者 483 名のうち 41.9%に該当する 202 名が「日本の韓流ブームによって私の対日認識が改善した」と認めており、韓流によって対日認識が改善したかという設問に対し、否定の意見を示したのはわずか 13.3%であるが、これは日本の予測以上に肯定的な結果であると言える。

自らの対日認識において変化を認めた 41.9%という数値をもって、その大小を判断するのは難しい。だが、この 202 名のうち、ほかの設問で「日本社会は韓流に対して好意的である」と認識している人は 157 名である。つまり、対日認識がよくなったとした人の 77.7%は、日本の韓流に対する態度から影響を受けており、韓流が日本社会で肯定的な評価を受け、消費される限り、韓国の日本に対する親密感も同伴上昇する効果が期待できるのである。

小針は、日本の総理府が 1999 年 9 月から 10 月にかけて実施した「外交に関する世論調査」で、韓国に「親しみを感じる人」が全体の 48.3%で、ソウルオリンピック開催当時の 1988 年以来、11 年ぶりに「親しみを感じない人」の割合（46.9%）を上回ったことが、前年度の韓国政府による日本大衆文化開放措置が日本人の対韓国観に影響を及ぼした結果であると判断した [小針 2001:108]。そしてこのような日本社会における対韓国観の変化は、韓国大衆文化に対する興味や消費の増大の雰囲気を作成し、韓流ブームにつながったという解釈も存在する [ベック 2007]。

本調査の結果からも、このような両国間の相互文化の受容は、受容側における相手国の文化接触がもたらす親密感の増大以外に、その様子が発信側の好意感をも喚起させ、両国間の緊密な交流の機会が増幅する効果をもたらすという点が確認できる。

もちろん、このような韓流の日韓関係におけるはたらきや政治的な効果については、一定の限界が見られる。日本側から見れば、韓流消費は韓国に対する親密感を覚えさせるには確かな効果があったものの、韓流への関心が必ずしも韓国文化全般や歴史、そして歴史問題による日韓間の外交問題への真剣な取り組みにつながるという期待はまだ早い。多くの先行研究から韓流消費が韓国全般への関心までは拡大しないという指摘をよく目にする。今回の調査結果では韓流ブームの前後として韓国文化全般や外交問題などに対する関心の程度に一定の変化は認められるものの、ほかの結果に比べ、その変化の幅が小さいだけでなく、とくに外交問題の場合、女性より男性が、文化全般の場合は年齢の高い世代よりは若い世代が高い関心を示していた。男性グループと年齢の若いグループは、敢えていえば、本調査の全体的な結果からは比較的に韓流の影響が少ないグループであり、これらの韓流ブーム以後の変化は韓流による肯定的な影響とは言にくいところもある。

一方、韓国側では、日本における韓流の成功が韓流に対する自負心を増大させた結果、他方では自文化優越主義に陥る可能性が見られる。これまで、韓国社会の政府の政策や学

術研究、言論報道などのレベルにおいて、韓流をめぐる諸議論が民族主義的性向が強く表れていることを見てきた。その背景に日本における韓流ブーム以後に高まった自文化に対する自負心が大きくはたらいっていたのは前述した。このような様相は一般大衆を対象とした調査結果からも読み取れる。

本調査の韓国の韓流に対する認識を調べた設問では、韓国側の被験者の 78.3%が海外の韓流現象に自負心を感じているとした結果が出ているが、さらに、このグループの 7 割以上の人が日本を特別に重要だと認識していた。つまり、韓流の展開において日本の重要性を強く認識する人は韓流に対する自負心も高く、韓国社会の韓流に対する評価において日本が重要な位置を占め、日本の韓流ブームが韓国のナショナル・プライドを高めたことが確認できる。ほかの項目を見ても、韓流に自負心を感じる程度と、日本市場を強く意識する程度の間に深い関連が見られるのは一目瞭然である。

だが、ここで問題となるのは、前述したイの指摘のとおり、2005 年を基点として文化産業としての確固たる地位を獲得した韓流が、これまでの日本などの文化先進国に対するコンプレックスから起因した反作用として、文化民族主義の性向が強くなった点⁽⁶⁾である [イ・ドンヨン 2006 : 189]。本調査の結果から、このような韓流と民族主義をめぐるありように日本の韓流ブームが強くはたらいっているという事実が、一般大衆の認識を通じて確認することができる。近年の日本における韓流ブームは、日韓両国の相互認識に肯定的にはたらく一方、韓国側の民族主義を刺激するといった、アンビバレントな結果をもたらしたと言える。

4.2 草の根における日韓関係

20 世紀末に中国からはじまった韓流現象は、韓国社会としても予想外の成功であった。政府の支援のなか、関連業界や学界によるさまざまな議論が行われつつも、しばらくの間、一般大衆の注目を集めることまでは及ばなかった。しかし、文化輸入国から文化輸出国への変貌に成功し、常に日本と中国の陰に隠されていた韓国が、日本をはじめ、多くの国際舞台でその存在感を確認させている様相がメディアを通して伝わると、徐々に韓国社会の韓流に対する評価も高まりはじめた。韓流の歴史が約 15 年ほど経っている現時点においては、韓流は政府と関連業界、メディアやもちろん、韓国社会の一般大衆の関心と期待を受け、「国をあげた総力企画」となっている。

本調査の結果によると、韓国側では 7 割を超える人が海外における韓流現象を肯定的に評価している。韓流の全般的な評価においては、韓流が持ついくつかの機能が根拠となっているが、そのうち、外交手段としての活用や、海外での好評による文化的優越感の高揚などより、高い付加価値をもたらす経済的収益のほうがもっとも優先されている結果が出た。このような観点は、韓国社会の韓流をめぐる諸議論のなか、経済的価値の効用を極大化しようとする「新自由主義的」な観点と通じるものである [韓国文化観光研究院 2003 :

55]。たしかに、韓国政府の初期の韓流支援策や関連機関が発刊する諸研究資料や研究報告書などにおいては、韓流の経済価値がもっとも重要な部分を占めていた。ときに韓流に便乗した商業主義は批判の対象ともなったいるが、韓流が持つ経済的価値が韓国社会の期待と関心を喚起したのは否めなく、文化が経済を導く時代において韓流の経済価値や商品性を論じるのは決して誤ったことではない。

だが、このような韓国社会の韓流に対する評価の物差しは、日本市場を背景として大きく変わるようになる。政府の政策や学術研究のみならず、メディアの報道の動向においても、少なくとも日本の韓流現象をめぐるのは、経済価値より韓国の国家イメージを引き上げることが徐々に優先視されていった。もちろん、日本における韓流現象においても、最初にその注目を集めたのは日本の消費市場としての大きさに起因する莫大な経済収益であった。韓流の政治的な効果には韓流の受容以外にも多様な要因が絡まっている可能性もあり、その効用性を明確に測定することは難しい。反面、経済的な効果は可視化したものであり、測定に無理がない。にもかかわらず、徐々に日本における韓流現象をめぐる議論において、韓流の政治的な機能、つまり日本における対韓認識の改善効果が注目を集めるのは、日韓間の歴史的な特殊性がはたらいた結果であると言える。

本調査の結果のなかでは、とくに年齢の高い世代において韓流の政治的な機能を高く評価する傾向が強く見られる。戦後、長く維持されてきた日本の伝統的で否定的な対韓イメージを実感してきた高い年齢の世代において、日本社会が韓国の大衆文化に熱狂する姿は、殖民地期以来、韓国社会に深く内在されていた民族的なコンプレックスを解消する機能を果たしているのである [木村 2007]。

日韓間の歴史問題によって、韓流の展開において日本は極めて重要な位置を占める。既に前述した内容であるが、政府の政策、研究の動向、メディアの報道の観点から見られるとおり、日本における韓流現象は、韓国の韓流議論の方向に根本的な変化をもたらし、その市場としての重要性を証明している。そして、一般大衆を対象とした本章の調査結果においても、日本市場の重要性に対する認識は明確に見られる。

韓国の外交において日本が占める比重は大きく、これまでの韓国政府は、対日政策において一方では反日・克日を訴えながら、もう一方では日韓親善や協力を訴える両面性を持ってきた。そして、これまでの日韓間の外交に関する努力は、経済協力や政治懸案の妥結のみに取り組んできたわけではない。2000年の「定期的な日韓文化交流 working グループ会議」と「日韓文化人懇談会」の開催、2002年の「日・中・韓国民交流の年」宣言、「日韓共同未来プロジェクト」の協議、そして2005年の「日韓友情の年」指定に至るまで、近年だけでも日韓間の非政治的交流を活性化するために、政治摩擦を繰り返すなかでも、両国政府はさまざまな協力関係を結んできた [外交通商部 2001 ; 2003]。

だが、このような両国政府の努力によって非政治的交流がどれほど促進できたのかについては、疑問が残る。むしろ、意図していなかった、草の根の自発的な消費実践による韓流現象が、両国間の民間交流を活性化し、高い評価を受けている。政府レベルの政治・

経済的な手段が解くことのできない国際関係において、ときに草の根における文化交流が解決への有効な接近手段となる場合がある。近年の国際政治における文化の力の重要性の台頭や、公共外交をめぐる議論などが活発化している現況はその反証であり、日韓の両政府は非政治的な協力関係の構築に力を入れてきたのである。その意味で、近年の韓流現象が両国間の歴史問題による反感の衝突を抑え、友好関係の構築にはたらくと期待が寄せられるのは自然のことであるといえよう。

2005年1月12日、韓国のKBSテレビは60分特別番組という企画で、『日本の韓流ブーム：彼らはなぜ熱狂するのか』を放送した。即座に、日本のNHKテレビでは韓国の当番組に対応するレポートの形式で対応する番組を放送した。2004年の「冬ソナ」ブームの翌年である2005年といえば、日韓両国の政府の協議下に、「日韓友情の年」と定めた年であった。その年の正月に、両国のメディアが韓流に関連した特集番組を企画・放映したのは、「日韓友情の年」といった両国の友好関係の構築ににおいて韓流現象が注目を浴びていたことを意味する。

しかし、この年の日韓間の懸案は、このような日韓政府の友好関係の構築という趣旨とは相反する方向に進んでいた。竹島（独島）をめぐる領有権紛争、小泉首相（当時）の靖国神社参拝問題などをめぐる歴史摩擦が、両国間の激しい対立を生み出していた。だが、このような状況のなかでも、日本における韓流現象が勢いを失うことはなかった。

金は、既出した2011年12月15日のインタビューで次のように語る。

日韓関係と韓流を関連づける議論にはさまざまな観点が存在するかも知れないが、韓流が日韓関係に肯定的にはたらくという点については同意を示したいと思います。

日韓関係の行為者を考えるとき、過去の主体としては政府レベル（政治家）、経済部門、メディア、関連学者などが挙げられます。つまり、少数のエリートや特殊な利害関係がはたらく一部の当事者によって主導されてきたと言えます。今や大衆や民衆、つまり草の根にその行為の軸が拡大されました。利害関係が敏感な軸による日韓関係は脆弱性にさらされますが、今回の新たな軸による日韓関係は利害関係に左右されることはほぼないでしょう。

たとえば、経済的な利害関係がある場合、日韓関係が悪化すると、日韓貿易摩擦などの影響を受けるでしょう。だが、大衆文化を楽しむ草の根は、政治に不満の声を上げることはあっても、ファンダム自体に大きな変化はないと思われます。なぜかというと、過去には歴史と政治そして文化受容が一線に存在していましたが、最近では、とくに日本の消費者の場合、政治と文化について意識の分離が可能となっているからです〔金泳徳2011〕。

前述したとおり2005年には、日本における韓流ブームの最中であつたにもかかわらず、日韓のメディア上では「嫌韓言説」が議論を展開しただけでなく、両政府間のさまざまな

歴史摩擦によって日韓関係は深刻な状況をもたらしていた。せっかくの日本における韓流ブームに水を差すのではないかという懸念が、多くのメディアから語られたが、実際に韓流のブームに落ち着きが訪れるのは翌年のことであって、その主な原因としては一連の日韓摩擦による影響というより、韓流商品の日本市場進出における販売や流通の問題点などが指摘される場合が多い〔財団法人韓国文化産業交流財団 2009 ほか〕。

訪韓日本人数も前年の水準を維持するなど、金が上記のインタビューの中で述べたように、韓流ファンは日韓摩擦の影響を受けることなく、2005 年にも韓流の全盛期は続いたのである。それから数年が経って行われた本調査の結果によっても、韓流ファンと言える、韓流に頻繁に接しているグループでは、7 割を超える人が日韓間の外交摩擦が自らの韓流消費に影響をしないという立場を取っている。

このような状況は、2001 年に日本の歴史教科書問題をめぐる日韓間の政治摩擦が生じたとき、韓国政府が当年実施予定であった第 4 次日本大衆文化の追加開放を全面延期したことは対照的である。韓国の文化政策、とりわけ日本文化に対しては、政府の強力な統制の下に置かれてきたのは周知の事実であろう。その受容の主体が政府のレベルであるか、民間のレベルであるかによって、文化交流をめぐる状況は異なる様相を示すのである。

過去、日韓の文化交流、とりわけ韓国における日本大衆文化の受容は両国の外交関係や、政治・経済関係を取りまく情勢の動向と密接にかかわりあってきた傾向が強い〔林 2005 : 261〕。このことは現在においてもある側面では同様であるように見られ、近年の韓流現象においても、これまでの日韓文化交流の歴史と同様、とりわけ韓国政府の介入の程度が徐々に増えつつある。このような状況は韓流が持つ政治・経済的な機能に起因するものであるが、韓流が持つ政治的な機能といっても、つまり韓国や韓国人のイメージの向上という効果は、流通と消費の主体が民間レベルで行ったときに発揮できるという点を看過してはならない。そもそも初期の韓流が東アジア地域に違和感なく拡張できたのは、韓流が持つ「無政府主義」的な特徴に起因するという見方は多くの研究者の間で共通する〔『ハンギョレ新聞』2004 年 12 月 27 日付〕。それらの研究では、文化産業の海外進出において文化商品の前面に国家を立てるとき、海外消費者の情緒を損なう危険性があると指摘しながら、日韓間の政治的懸案と韓流を連携する、最近の日韓外交における韓流マーケティングを批判する声もある〔韓国文化観光研究院 2005b : 114〕。もちろん、文化を政治や経済の領域から完全に分離することは事実上できないが、純粋な文化の消費者に、他国のアイデンティティや政治的な目的などを強いる行為は、文化消費の減少という逆効果をもたらす可能性が高く、国家主義や民族主義の介入は避けるべきである。

金が上記のインタビューで述べるように、近年には、日韓関係における政治（歴史）と文化の意識上の分離傾向がますます強くなっているのはたしかである。小針は、日本のみならず韓国においても、植民地期の経験や激しい反日教育を受けてない若い世代を中心として、ボーダレス感覚で日本の大衆文化を楽しむなど、「過去離れ」が進んでいる傾向が見られると述べる〔小針 2004 : 29-30〕。

本調査においては、日本大衆文化に興味を示したグループのなかで、34%の人が日韓摩擦が日本大衆文化の消費に影響をしないと応えた。同じ質問に対し、7割を超える人が影響しないとした日本側の結果に比べると、相対的に足りない数値であり、5割を超える人が自らの日本大衆文化の消費に「日韓摩擦が影響する」としたのは、一見して、日韓関係においてはいまだに韓国人の文化に対する認識が政治に帰属されているように思われる。また、ほかの調査項目をみても、韓国側の歴史認識は日本に比べ、相当強いことが分かる。これまでの韓国社会では、日本に対しては政治や経済、社会、文化などの諸側面の多様性を無視したまま、もっぱら政治レベルで対応してきた傾向が強い。過去、韓国人の「日韓関係」という言葉に対する認識は、ソフトな文化面を除く、ハードな外交懸案、国家間の葛藤のイメージが強かったのである[金 2010 : 94]。このことには、既存の韓国社会における日本大衆文化の存在が、常に国家の統制の下に位置してきたことに関連があると言える。さらに、日本大衆文化をめぐる韓国内の公的な場における議論は、日韓間の歴史的な特殊性が前提となり、反日言説が主体となり、「帝国主義」、「文化従属」のような政治的かつ否定的な言葉が伴ってきたのである。これらの背景を考えると、上記の 34%という値は決して少なくない値であると言える。そして、このような政治や歴史から文化の分離が徐々に進んでいる傾向は、韓国における日韓関係の認識に文化の側面を浮き彫りとし、より親密な感覚を覚えさせる可能性がある。結局、近年の日韓関係を語るとき、韓流がしばしば話題となるのは、日本だけでなく韓国における日韓関係の認識にも肯定的にはたらくことなのである。

本調査の結果によれば、韓流によって両国間の心理的距離感が縮まっており、日韓友好関係の構築にこれからも肯定的にはたらくという点においては、日韓ともに共通の期待が寄せられる。日本側の調査結果によれば、韓流は日本社会において肯定的に受け入れられ、日本社会の対韓認識の向上という機能を、韓国側の期待どおりに遂行しているように見られる。このようなことは、結果的に韓国社会の対日認識にも大きな変容をもたらしている。

国境を超える文化交流は、とりわけ韓流のような大衆文化の場合、大衆文化が持つその親しみを活かし、多くの人の間で自然な形で受容され、それがきっかけとしてあるがままの相手国の姿や文化全般に対する関心を喚起させるにおいて有効的である。韓流が、本調査結果から見られる日韓両国民の期待のとおり、今後も日本社会で維持され、民間レベルの親密感が国家間の友好関係の構築に拡大できるとき、韓流は真の意味でその政治的な機能を果たすと言える。

5 おわりに

韓流スターの日本マネジメントに携わる X 氏は、2012 年 1 月 10 日に行った筆者とのインタビューのなかで、韓国の芸能人が日本で活動するに際して、日韓間の外交摩擦が懸案となるたびに両国のメディアから政治問題と関連した質問を受けることに非常に困難さを感じ

じると述べる⁽⁷⁾。純粋なスターとファンの関係であるはずの芸能ビジネスが、日韓間の政治摩擦によって、ときに韓国から民族の裏切り者になるか、ときにファンとの紐帯を損なう結果を招くからであるという。彼は、韓国芸能人の日本進出において、もっとも注意しなければならない点は、日韓間の政治に関わる発言であるという [X 2012]。

韓流をめぐる議論において、韓流が日韓友好の構築に肯定的にはたらくという期待が寄せられるのは、言い換えれば、現在の否定的な日韓関係が韓流の展開において、大きな壁となり得るという意味ともなる。近年、ようやく日韓関係において文化が歴史や政治の領域から離れてくる様子を示してはいるものの、上記のインタビューから見られるとおり、それは完全な解放を意味することではない。政治や経済、文化を含む全ての日韓関係の背景に、日韓の歴史的な特殊性がはたらいっている点については、日韓間の歴史清算が決着を見ない限り、なかなか変化の気味が見えてこない。

前述したように、2005 年の日韓両政府間の激しい摩擦の続きのなかでも、韓流は日本社会で消費され、その全盛期を博したが、それは韓流ファンや消費者を除いた一般大衆にも当てはまるわけではない。これまでの日本社会の韓流ブームでは、韓流がさまざまな媒体を通じてその存在感を示し、日本社会全般の注目を引くのに成功したが、今後の日韓関係の展開によって日本社会における韓流の行方や位置に変化が訪れる可能性は常に存在する。

この点は、韓流商品の市場競争という範疇から離れた問題であり、日本における韓流ならではの特徴とも言える。日本における嫌韓流の言説も、単に韓流に対する警戒や反感というより、韓国に関連した諸要素に対するバッシングであった点で、ほかの東アジアの国における反韓流とは異なる。近藤瑠漫は、近年のインターネットの匿名性に起因する人身攻撃や誹謗などの弊害の代表的な事例として、日本のインターネット掲示板である「2ちゃんねる」を挙げ、「2ちゃんねる」の議論では、「反左翼的」で、または平気で「差別的」な言葉を書き付ける、いわば「ネット右翼」が出現していると述べる [近藤、谷崎 2007: 24]。この「2ちゃんねる」はさまざまな嫌韓言説の主な舞台であり、『マンガ嫌韓流』で示されるような日韓問題をめぐる認識や知識は、韓流のブーム以前からこのようなインターネット掲示板や個人ブログなどを通じて流通していた。

もちろん、これまでの日本社会の韓流に対するまなざしについては肯定的な意見が多く、2005 年の嫌韓流に関する議論においても、日本社会のメージャな認識として扱われてはいなかった。たしかに、嫌韓言説や反韓流デモなどに関する本調査の結果から見る限り、日本の多くの人々は嫌韓流などに興味を示していないようである。むしろ韓国側の調査結果が、韓流展開に嫌韓流が悪い影響を及ぼすと危惧する傾向が強く、『マンガ嫌韓流』が話題となった 2005 年の時にも日本より韓国のメディアで敏感な反応を示していたように、現状をより深刻に認識する傾向がある。この点は、韓国側の結果以上に日本側で韓国を激しい反日社会として認識している点と同じ脈絡である。戦後、常に日本を意識してきた韓国と、常に韓国への関心を避けてきた日本の間に、ようやく韓流により双方向性交流が行われはじめているが、近年まで一定の距離を維持する両国の相互認識には、このようなお互いに対

する誤解も大きくはたらいっているのである。

だが、韓流の展開に伴い、絶え間なく続く反韓流の言説には、戦後の日本において支配的な対韓認識であった伝統的・否定的なイメージが未だに維持されている。ある文化がほかの文化圏に伝えられる過程において衝突と抵抗を伴うのは自然なことであるが、葛藤関係にある外来文化の流入への抵抗はとくに深化する〔キム・スイ 2006 : 21〕。歴史的特殊性により、緊張と摩擦を繰り返す日韓関係の現況は、韓流が乗り越えるべき障害となっている。

韓国の「反日」と日本の「嫌韓」の存在は、両国のナショナリズムを刺激し、文化交流や両国関係に脅威となっている。韓国社会における「反日」感情は、日本による植民地支配の記憶を背景とし、その歴史清算の未解決に対する不満に、今日まで続く日韓の歴史認識問題と関連する摩擦や葛藤がその原因となっている。一方、日本の「嫌韓」感情も、歴史的な出来事や対立の連続を背景とし、人種差別主義やナショナリズム、そして相手に対する「無関心」、すなわち、知ろうとしない、理解しようとししない姿勢に起因した盲目的な嫌悪や反感として実在する〔鄭 1998 ; 板垣 2007〕。

だが、他方では、このような日韓摩擦の状況が日本における韓流現象に重要な位置を与える動機ともなっている。本調査の結果によれば、韓国側の多くの人々が日本におけるブームを契機に韓流に対する関心を持つようになり、韓流の展開にとって日本市場の重要性を認識している。日本における韓国イメージの向上は、韓流が持つもっとも重要な（政治的）機能であり、今後も韓流が韓国社会の関心や期待を集める要因となる。

ただし、日本での韓流の成功が韓国のナショナリズムを刺激した結果、過剰に高まった韓流に対する期待は、日本を含む海外の受容を妨害する要因ともなり得る点を忘れてはいけない。そのため、双方向の文化交流という認識をもって、自国の文化政策や議論におけるナショナリズム的な要素を抑えることは、文化交流による友好関係構築の基礎を成すものであろう。

終章

1 日本のブーム以降の韓流に関する議論の展開

これまで、政府の政策、学界の文化研究、メディアの報道、一般大衆の認識まで、韓国のさまざまなレベルにおける韓流に関する議論が、2004年から2005年にかけて日本の韓流ブームを境として、どのように変化し、展開してきたかを概観した。これらの、韓国社会における韓流をめぐる議論や認識などから見られる共通点は、韓流に対する自負心が強く、韓流が国際社会において国益を確保する友好な手段として認識されており、日本のブーム以後、その期待がとくに強まっている点である。

その一環であるが、日本の韓流ブーム以後の政策面における目立った変化として、韓流の分野の範囲を韓国の文化全般に大幅拡大し、韓国の文化アイデンティティを世界中に知らせようとする傾向が強まった点が挙げられる。韓流初期、韓流の分野別範囲は主に文化コンテンツ商品、つまりドラマや映画、大衆音楽のような大衆文化ジャンルに限られていた。2005年の「韓ブランド（ハンススタイル）」政策では、韓国の伝統文化的要素を選別し、既存の大衆文化ジャンルが中心であった韓流商品の海外輸出に連携し、韓国の国家イメージを世界に知らせるという趣旨を持つ。

そもそも韓国の大衆文化は日本の植民地支配の時代に、日本の大衆文化がその形態の基礎を成したと言えるが、植民地支配からの解放を迎えて以来、米国の文化を本格的に受け入れながらも、日本文化の要素は絶え間なく韓国の大衆文化の発展過程に介入を続けてきた〔ソン 2006 : 36〕。その結果、解放以降韓国文化を論じる場合、文化アイデンティティの定立は重要な懸案となり、韓国文化の固有性の毀損に対する危惧から、外来文化の流入に対する警戒論も絶え間なく提示されてきた。このような韓国の文化アイデンティティの毀損をめぐる議論のなかでは、韓国の地政学的位置や歴史的特殊性に起因する被害者意識が強く、文化的自負心が欠如していた〔ヤン 2010 : 38-39〕。これらの議論は韓流の初期における議論でも目にすることができるが、韓流を「雑種文化⁽¹⁾」と貶め、西欧文化を模倣した安っぽい消費商品として見なした観点には、このような論理がはたらいていたのである。

だが、日本の韓流ブーム以降、韓国社会の自文化に対する自負心は大分充足された。韓国において日本の大衆文化は長年の間警戒や排斥の対象でありながら、同時に模倣と憧憬の対象でもあった。警戒や排斥の論理自体も、日本の大衆文化の世界市場における競争力を認めたい議論であった。韓国を圧倒する規模の文化産業市場を持つ日本における韓流の消費やさまざまなファンダムは、韓国の文化産業においては大きな躍進であった。

多くの日本の韓流ファンダムが示したとおり、日本の韓流消費は単なる大衆文化の一次的な受容で終わることなく、韓国観光やハングル学習、韓国文化体験、韓国飲食のチェーン店の普及など、さまざまなジャンルの韓国文化の受容にまで波及した。もちろん、既出

したゴの分析のどおり、韓流消費が韓国製品の購買や韓国への愛好につながるという点は、日本の韓流現象だけに限ったものではない [サムスン経済研究所 2005]。だが、中国や台湾での韓流の人气が若い世代に集中されていたことに比べ、日本のブーム初期の主な韓流受容者層は中高年女性に偏重されていた。これらの中高年女性層を中心とした韓流の消費現象は、そのファンダムの多様性や、高い購買能力による経済効果の差別化を持つほかに、過去、大衆文化の消費においてはほぼ周縁に位置づけられていた階層の台頭という話題性によって、メディアによる扇情的な報道のターゲットとなった。しかも、日韓関係の特殊性もはたらし、日本における韓流の波及効果は韓国社会に対してより劇的に映った。このような日本の韓流現象をめぐるさまざまなありようが韓国の韓流に対する認識に大きな影響を与え、結果的に、韓流を国家ブランドとしての活用しようとする議論まで台頭するようになった。

日本のブームを契機とし、高い商品価値が認められた韓流は韓国社会の文化的な自負心を高めた結果、韓国社会の文化政策の基調は、外来要素を警戒し、韓国固有の文化アイデンティティの確立するといった既存の閉鎖的な態度を変え、海外発信という、より積極的な姿勢を示すようになった。しかも、韓流が持つ混成性は、韓流初期、韓国の文化アイデンティティが読み取れないという批判を受けてきたが、日本の韓流ブームとともに、一部の議論では韓流が海外に進出する際の強みとして作用すると評価されるようになった。たとえば、初代文化部長官を務めた李御寧は、韓流には大陸文化と海洋文化が接木され、韓国ならではの特殊な文化的 DNA⁽²⁾ が内在されたとし、韓国文化の優秀性が潜められていると力説する [李御寧 2004 : 12]。

米国や日本のような先進国の文化帝国主義に対する憂慮と、韓国文化の混種性に対する不満の声は徐々に勢いを失った。その代わりに、西欧の大衆文化が持つ普遍的価値にアジア的な共通性、そして韓国の固有な文化的価値が混在することで、韓流が海外とりわけ東アジア地域で好評を得ているという言説は、多くの韓流に関する議論から目にする事ができる。たとえば、韓国のメディアにおいて、一部の刺激的な用語を乱用した扇情性に満ちた報道の問題性は論外としても、よく見られるパターンが主に韓国文化の優越性の強調である。前述したように、韓流以前、過去に展開してきた韓国の大衆文化をめぐる議論では、韓国の文化から韓国固有の伝統的要素を見出すことができず、その自負心が欠如していた。だが、日本の韓流ブーム以後、一方では韓流の混種性による外来文化の要素に対する批判は依然として共存しながらも、他方では多様な外来文化と結合された韓国文化の基盤の優秀性を強調するものとなっている。これらの議論の展開から見られるのは、韓国文化と外来文化との混成化がもたらす優越性を獲得する発展過程として捉えられる様子である。ここで、キムは、韓流における文化的混種化は、単純に混成交配を意味するというより、固有文化に新しい文化を接合するときに発生する文化的優位の強調であると論じる [キム・ヘヨン 2006 : 46]。

この論理によれば、文化アイデンティティの定立といった韓国の文化政策における長

年の課題は、韓流を契機とし、ある程度果たされているようである。韓国政府の韓流輸出時に韓国の文化アイデンティティーの重要性を強調し、伝統文化にまで韓流の範囲を拡大しようとする一連の政策は、韓国の伝統を探り、固有の文化アイデンティティーを定立するものという趣旨だけでなく、韓流輸出に便乗し、海外の文化消費者に韓国の国家イメージを刻印させるための宣伝の道具として活用しようとする、国家主義的な意図をも強く感じさせるものがある。

韓流に関する研究分野から最近台頭している、東アジアの文化共同体の中心的な役割を任じようとするということについても同じ論理が通じる。当初、これらの韓流の混種性を強調する議論自体も、東アジア地域の相互交流の重要性を力説しながら、自らの論理を排他的な民族主義的観点と区別するものとしていた。だが、ここで韓流の混種的な特性は、東アジアのローカル文化を無理なく合わせたことで、文化共同体を作る議論のなかでも重要な根拠となり、徐々に韓流の海外進出における強みとして扱われるようになる。これらの議論も、東アジアの文化交流を通じて共同体意識を志向するという趣旨にもかかわらず、自文化の優越性を強調する韓流に関するメディア上の議論と大きく変わらない。これまで韓流は日本をはじめとする東アジア地域で良い評価を受け、多くのファン層を形成しているが、海外の韓流現象が存在しなかったら、東アジアの地域協力をめぐる議論自体も学界の関心を受けることなく、単に政権の政策ビジョンの一つとして言及されるだけで終わったはずである。東アジアの文化共同体の中心役割をめぐる韓国内の議論のなか、中国や日本の文化は「覇権主義」や「帝国主義」として警戒し、もっぱら韓流の潔白を主張してきた。このような状況からは、万が一韓流でなく他国の文化が東アジアの文化共同体の中心として論じられた場合、韓国内では、韓国の文化アイデンティティーの毀損に対する危惧から東アジア文化共同体の弊害に対する議論が活発化したかも知れない。

日本の韓流ブーム以後、韓国の韓流に関連する研究分野の大きな潮流を成している、国際政治の場における韓流の活用は、上記の韓国の文化アイデンティティーを世界へ拡張し、国際社会における韓国の認知度の向上を目指す韓国政府の政策とも通じるものである。このような議論は、韓国の文化産業を主管する諸政府機関や傘下団体の政策資料や研究報告書、そして学術団体が発行する学会誌、個人の学位論文など、さまざまな研究実績から見られる。ソフト・パワーや公共外交（文化外交）のような、国家利益の確保に文化の力を積極的に利用しようとするのは、1990年代以来、国際情勢の一断面でもある。だが、ここ数年の間、韓国におけるこれらの議論が活発化した背景には、海外の韓流がもたらしたさまざまな波及効果による可能性の検討に加え、韓国社会で高まりつつある民族主義の性向が挙げられる。

近年のグローバル化の国際秩序の下、各地域では国境を越える文化の受容と混成化作業を通じて、ローカルな文化ブロックが形成されている。西欧の文化ヘゲモニーに対抗し、東アジア地域の文化ブロックを作ろうとする趣旨も同じであるが、グローバル化やローカル化といった複数の文化要素の再構成過程のなかでも、国家という枠組みは消え去ること

なく実質的な境界を維持している。グローバル化とローカル化という国境を越える交流状況が、国境を無くすことなく、むしろ各国のナショナリズムの強化を促すという点については、多くの学者が指摘している [岩渕 2007 ほか]。ならば、ローカル文化圏を構成するさまざまな主体が国家という枠組みで境界を成し、自文化のヘゲモニー獲得のために競争し合うのは自然の様相であり、韓流の積極的な海外進出や韓国の文化アイデンティティの強調、文化共同体の中心となろうとする意図も、またそのような韓流に対する中国や日本など受容国家の警戒感も同じ脈絡から把握できる。

東アジア地域では近代の歴史問題をもとに現代においても国家間の葛藤が続いている。そのなかで、当地域では 1980 年代の香港映画のブームやその後の日本の大衆文化の流行、そして近年の韓流現象まで、大衆文化を媒介とし、その生産と消費の主体が国の枠組みによる統制から脱してさまざまな交流を行ってきた。国家間の葛藤関係を解消するための模索として文化交流に着目した東アジアの文化共同体の構想においても、韓国を含む東北アジア 3 か国が自文化中心主義を展開して対立するならば、当初の議論の意味を失わせるばかりである。

もちろん、東アジアの文化共同体の構成の実相を把握することや、韓国内における韓流を中心とした文化共同体の構想の実現可能性を図ることなどは、本稿の分析や考察の範囲を越えるものである。あくまで、日本のブームを境とした韓流に関する議論の動向が、どのように変化しているかを探る過程で、東アジアの文化共同体をめぐる議論が活発化している状況が読み取れるのである。ただし、韓流をもって東アジアの文化共同体を形成するという議論も、日本のブーム以後、韓国内で顕著となったさまざまなレベルにおけるほかの関連議論と同様、民族主義の性向が強くなっている点は注目しておく必要がある。

本研究を通じて、政策と研究、報道の分野から見られる韓国社会の韓流をめぐる議論が、日本のブーム以降、とくに韓国の文化（国家）アイデンティティを強調し、韓流を国益確保の手段として活用する方向に向かっている様相を、さまざまな議論の動向から確認した。また、一般化の問題はあるが、社会調査を通じた一般大衆の認識においても、韓国人の韓流に対する強い自負心や期待が表れている。このような展開の根底には国家主義や民族主義的要素が満ちているように見られる。もちろん、韓流を眺める韓国社会のまなざしには多様な観点が反映されており、民族主義的観点は韓流に関する多様な議論の一部を成すものであるが、韓国社会の民族主義の表出において韓流が一つの媒介となっていると認められよう。そして、その変数として日韓関係が強くはたらいっている点も、さまざまな事例の分析からうかがえる。

これまで韓国の民族主義の形成と発展過程において日本の存在は大きな影響を及ぼしてきた。1990 年代以降、冷戦の終焉とグローバル化の進展に伴い、東アジア地域のナショナリズムの衝突が深まってさまざまな国際摩擦が起こっている。とくに日韓両国は、ソ連の解体によって共産主義の脅威という共通の敵を失い、また中国の経済成長によって両国間の交易依存度も相対的に低くなり、歴史問題による心理的葛藤を制御する機能を演じる手

段が徐々に失われていった。それに加え、両国の政治指導者は、自らへの支持を取り付けるためにナショナリスティックな言説を多用し、互いの国民感情は悪化しつつある〔木村 2009〕。

近年の韓流現象は、このようなナショナリスティックなレベルにおける日韓関係の否定的な状況に反して、大衆文化を中心とする草の根における交流を通じて両国間の摩擦を制御する有効な手段として浮び上がった。日韓間の相互文化の受容を含む、東アジア地域における文化の越境流動現象は、東アジア地域に蔓延したナショナリズムの表出と葛藤の深まりを抑え、真の意味の協力関係を構築する文化共同体の構想にその土台を提供した。比較的新しい現象である韓流は、東アジアのローカル文化圏の主演を演じるという韓国社会の強い期待を受けてその議論を展開しているが、日本のブーム以後の韓流は、さらにナショナルな枠組みに陥っていく傾向をも示している。

もちろん、グローバル化という大きな統合の動きのなかでも国家個々の特殊性は未だに存在する。岩渕は、グローバル化における資本の流動は国という枠組みをないがしろにしているといわれるが、実際には、国という枠組みは最も有益なローカル市場として機能していると述べる〔岩渕 2011 : 7〕。国家という枠組みが存在する限り、民族や民族主義をめぐる問題も続いていくと思われる。グローバル化とともに米国文化が世界に拡散すると、ローカル文化が消滅するという「文化帝国主義」に対する危惧の声が高いが〔Thomlinson 1991 ; カン訳 1994〕、これは単に米国文化だけに適用されるものではない。文化の越境流動現象がナショナルのレベルで対応されるとき、一方的な外来文化の流入は強い警戒の対象となり得る。

韓流の根幹を成す文化産業が政府や政府の傘下機関との連携によって支援されている現状の下では、国家主義や民族主義が介入しやすい条件となっているが、行き過ぎた国家主義や民族主義の強化は、これまで韓流が築いてきた東アジアの受容者間の共感が無駄にさせる恐れがある。越境する文化共同体をめぐる議論の主体が誰であるかによって、その可能性と限界は異なる展開を示す。

韓流現象の今後の帰趨が注目されているが、韓流や韓流に関する議論、そして韓流をめぐる国際秩序のような周辺状況などは流動的・多变的であり、韓流の展望は予測が付かない。ただこれまでの韓流は、国家レベルの支援を背負ってコンテンツ制作において飛躍的な発展を成し遂げたものの、その流通と消費においては市場の属性に従って文化経済活動を営み、能動的な受容のネットワークを形成してきた。これらの文化交流の様相が、「韓流」という限られた範疇を超え、より広い視座から東アジアの文化交流のネットワークを考えるとき、真の意味の共同体の形成が可視化してくるであろう。

2 日本における韓流が韓国に意味するもの

本稿では、韓国のさまざまなレベルにおける韓流に関する議論が、日本の韓流ブームを

境として、その方向性に大きな転換が持たれたことを確認した。日本における韓流現象は、韓国の韓流全般を眺めるまなざしに大きな影響を及ぼし、韓流は文化産業を超え、国を上げた文化企画として新たな局面を迎えるようになった。韓国社会は、経済的効果以上の価値、たとえば国家イメージの向上や民族の自負心の高揚といった、より政治的でナショナルな価値を韓流に求めるようになった。

一方では、韓流をめぐる多くの議論が韓国社会の民族アイデンティティの構築に訴えかけた結果、韓流の展開においても民族主義的性向が強化され、海外の警戒のみならず国内の指摘を受けることもあったが、韓流が韓国社会の関心を喚起させ、国民レベルの文化企画として位置を固めることには成功したように見られる。第六章の質問紙調査の結果を見ても、韓国側の多くの人は海外の韓流現象に自負心を感じるとしているが、そのような意見を示す多くの場合は、韓流の展開において日本が重要な位置を占めていると認識している。メディアの韓流報道の動向が日本の韓流現象の展開状況に左右されているだけでなく、関連研究や政策の樹立においても、日本の韓流現象は大きな存在感を示していることが分かる。

帝国主義による植民地支配という両国間の近代の悲劇をもとに、その後の両国関係は政治摩擦を繰り返しながら、相互排他性や警戒主義を表出しがちであった。そして、両国の政治関係は国民間の相互感情や文化交流の側面にも多大な影響を与え、両国間の心理的距離は縮まることなく「近くて遠い国」という特殊な関係を維持してきた。このような背景を前提とし、日本における韓流現象は、両国間の友好関係の構築を希望する多くの人に期待を寄せさせた。過去の数多い世論調査の結果からは韓国の「反日」的性向が強く表れているが、韓国の反日主義には被害者意識に起因する一方的な憎悪だけが存在するわけではない〔鄭 1998〕。両国の歴史認識に対するズレが存在し、多くの摩擦を繰り返しているが、日韓の友好関係の構築を望む気持ちは両国が同様であろう。

したがって、日本の韓流現象は韓国社会において特別な意味を持っており、日本におけるその展開過程は、総体的な韓流を眺める韓国社会の認識のなかで常に強い存在感を示している。日本の韓流ブームが、当初のしばらくの間、韓国内で話題とならなかったのは、無関心というより信じられないということからであったほど、日本における韓流現象は韓国社会において特別な出来事としての意味を持つ〔木村 2007〕。日本の韓流現象は、経済的な受益やファンダムの報道のような可視的な側面のみならず、韓国社会の意識のなかにおいても全体的な韓流現象を牽引してきたのである。

日本における韓流現象をめぐる韓国内の議論や認識は、初期には経済や文化的要因からアプローチする傾向が強かったが、徐々に政治的なアプローチから論じられる場合が多く見られるようになった。このことは、韓流が日韓両国の政治的関係に大きな変容をもたらすという可能性に対する強い期待を示していた。日韓関係の特殊性は日本の韓流現象に対する関心を喚起させただけでなく、両国関係の改善を願望する多くの人々の期待を高めていた。両国政府が韓流を媒介とし、さまざまな国家・民間レベルの善隣友好のためのイベ

ントを開催するなど、韓流の重要性を認識している点も日韓関係の特殊性が背景としてはたらいだ結果であると言える。

だが、韓流を媒介とした日韓間の草の根における交流の増大や心理的距離の短縮が、実際に両国の政治的なレベルにおける友好関係の構築にどれほど影響を及ぼしているかについてはまだ疑問が残るところである。ここ数年間、両国間では韓流を媒介とした多くの親善イベントが行われているが、2005年の「日韓友情の年」の当時も歴史問題による日韓摩擦が深まった例のように、歴史摩擦の壁を乗り越えなかった実状がある。

既出した X 氏のインタビューでも、彼は「韓流による日韓親善の構築は決して夢ではないが、より小さいレベルにとどまっている気がする」とし、「政府が韓流スターに日韓親善の架け橋役割を期待するときは、大変プレッシャーを感じる」と告白する。彼は続いて、「政府の韓流産業のインフラに対する支援もありがたいが、それより我々のような文化交流やビジネスなどが日韓摩擦から打撃を受けることないように、両国の政府レベルの親善構築を優先しする外交を展開してほしい」と声をあげる [X 2012]。

結局、日韓関係の特殊性、歴史問題に起因する両国間の絶え間ない政治摩擦は、日本における韓流現象の展開において重要な変数となる。とりわけ、日韓関係の特殊性に起因する両国の民族主義の葛藤は、一方では韓流が乗り越えなければならない壁ともなり得る。両国間の政治懸案が浮かび上がるたび韓国内の反日世論も高まるが、このことは、日本において嫌韓言説や反韓流の議論を浮き彫りにする所与ともなる。

とくに、「『韓流』あれば『嫌韓流』あり」という小倉の言葉が示すように [小倉 2006 : 84]、日本における韓流の展開には「嫌韓流」という反動現象がともなうことを忘れてはいけけない。そもそも2005年の半ばに台頭した『マンガ嫌韓流』で代表される嫌韓流は、内容から見れば韓国そのものに対するバッシングという性向が強く、韓流に対する直接的な反論ではなかった。また、2005年の嫌韓流が当時の韓流展開に決定的な妨害要因にはならなかった点も事実である。だが、その台頭の経緯を探してみると、当時の嫌韓流は日本社会における韓流の人気に刺激され、「親韓」や「日韓友好」といった日本社会のメージャな「規範」に対する反発として盛り上がった [小針, 曹 2007 : 166-167]。たしかに、当時の嫌韓流をめぐる両国の議論は長く続かず一段落したが、この一段落はあくまで当時の嫌韓流に対する韓国側の関心の弱まりを意味するのであり、嫌韓言説自体の消滅を意味するのではなかった。そもそも嫌韓流が日本社会の韓流に対する関心に便乗したものであるという多くの意見が示すように、2004年から2005年にかけて日本社会における韓流に対する（良い意味での）熱気の落ち着きと同様、嫌韓流への関心も徐々に静まっていったのである。嫌韓言説そのものは、韓国社会における反日情緒と同じく、韓流ブームの以前から日本社会に長く根を下ろしてきた。2005年の韓流ブームによって同時にメディアをスポットライトを受けた後、その勢いは弱まったものの——この勢いは事実上、嫌韓流の勢いではなく当時の嫌韓流に対する日韓両社会の関心の程度という表現が正しいかも知れない——、現在も韓国バッシングや韓流批判のような言説は絶え間なく展開しつつある。このような経

緯を踏まえた視座から、韓流の展開において重要なのは、民族主義の要素を抑えながら交流と疎通の契機を拡大し、自省の機会とする姿勢である。一連の韓流をめぐる議論から見られる東アジアの文化共同体の疎通の契機として韓流を活用するという発想は、日本における韓流現象から刺激された側面が多いと思われるが、そのような疎通や理解のために韓流がはたらくべき所は日韓関係の場である。

だが、これまでの韓流の展開過程から見れば、日韓関係における韓流の肯定的なはたらき自体にも一定の限界がある点を認めなければならない。本稿の分析の結果、韓国社会は韓流を高く評価し、韓流による日韓関係の改善に対する強い期待を示す一方、歴史問題に対する厳しい認識を堅持しており、過去清算を優先視する傾向が強い。最近、若い世代を中心とし、文化受容と歴史認識において意識の分離が行われているとはしても[金 2010]、韓国社会の全体を見る限り、とりわけ日韓関係においては政治関係と文化受容の相関関係はまだ深いものがある。このことは、単に韓国側に限る話ではない。日本の韓流受容者の韓国に対する関心と親密感の増大が全体の日本社会にどれほど波及されるかについてはこれからその帰趨が注目されるが、韓流による韓国に対する関心の増大も、必ずしも日韓間の歴史や外交関係に対する関心を喚起することに繋がるものではなく、対韓認識の変化が表面的なものにとどまる可能性もある。

何より、韓流現象自体、これからの展開状況が流動的である。韓流現象の初期からその持続性については意見が分かれてきた。その後、日本の韓流現象において日韓間のさまざまな特殊性が変数として作用し、両国の議論上で日本における韓流の今後の展望は重要な位置を占めていた。韓流の発生自体が生産側である韓国でも予測できなかったように、今後の展望についても、その持続のための韓国側の努力がどれほど実効を発揮するかは今の段階では判断できない。韓流はその名称が示すどおり、一時の流行で終わるかも知れない。一部では既に流行としての韓流は終わり、一つのサブカルチャーとして位置を固めたという意見も見られるが、そのような判断を明確に下すことはできない。また、韓流の日韓関係に対するはたらきについても、今後の展開や方向性などもその展開の予測が付かず、これから注意を払わなければならない。

ただ、韓流に限界があれば可能性もある。映画『シュリ』が日本で韓国の大衆文化に対する関心を喚起させてからほぼ10年、ドラマ『冬のソナタ』のブームから数年が経った2011年の時点で明確に言えることは、韓流は消滅するとしても、これほどの韓国文化の蓄積が日本社会から跡を消すことはないという点である。これまで日韓の多くの人々が相互の友好構築を望んでいるにもかかわらず、両国間ではナショナリズムの衝突が繰り返されてきた。戦後からこれまでの日韓の摩擦の歴史を振り返れば、人との間の交流の歴史は意外に短く、文化や人的交流は断絶されるか、または一方向の貧弱な形で行われてきた。それに対し、近年の韓流現象の10年間の展開は短いながらも、多くの変化の可能性を示した。

グローバルに文化が越境流動する今後、ひとたび、理解や疎通の場を構築した日韓間では、また異なる形で相互の文化が交流し合うことがあるかも知れない。現象としての韓流

の展望を予測することはできないが、これまでの経緯からみる限り、韓流が構築してきた日韓関係における新たな変化の記憶は消え去ることなく今後も続いていくだろう。

3 本稿の反省と今後の課題

本稿では、韓国における韓流に関する議論が、2004年から2005年にかけて日本のブームを境として、どのように変化したかを調査し、韓流の総体的な展開において日本という国、または日韓関係がどのような意義を持つかを考察した。

その考察において、韓国政府が韓流初期から取り組んできた関連政策の方向性の変化、関連研究における動向、韓国のメディアにおける韓流に関連する報道の展開、そして一般大衆の韓流現象に対する認識と、韓国社会における韓流に対する語り手を四つのレベルに分けて、その議論やまなざしなどを分析した。これらの四つのレベルのさまざまな議論や事例を検討し、日本の韓流ブームが韓国の韓流に関する議論の展開に大きな転換をもたらした点を明らかにし、その原因として韓国社会の対日認識の特殊性が作用していることを明らかにしてきた。

そのうち、一般大衆の韓流現象に対する認識を分析する際には、日本人 429 名と韓国人 483 名を対象として質問紙調査を行い、両国の韓流に対する認識や、両国間の相互認識に韓流がどのようにはたしているかを分析した。過去の日韓関係における韓流のはたらきに関する先行研究が、主に日本側の韓流受容者層を対象としていたことに対し、本稿では偏狭な結果を避けるために韓流の受容者に限らない日本側と韓国側の一般大衆を対象とした。日韓を合わせ 912 名に限った人数を対象とした本調査結果を、日韓社会の韓流に対する全体的な認識を代表するものとして解釈し、一般化するには量的調査として難しい。ただ、これらの調査結果には色々な意見や認識が反映されており、先行研究の考察結果や、本稿のほかのレベルにおける多様な分析や考察の結果と合わせることで、韓流のさまざまな語り手の一つの軸を理解する手段としての意味を持つことができるだろう。

だが、本稿の限界として、韓流現象自体がその明確な実体を持つものでなく、流動的な現象であることから、その考察においても、ある時点の事例の分析に集中し、包括的な結論を出せなかった点を指摘しておきたい。これは、韓流が 15 年の歴史に過ぎず、比較的新しい現象である点にも起因するが、とくに本稿では韓流の経済的効果よりは政治的効果に着目しているため、文化商品の流通や受益の創出のような実際の現象より、認識や関係性のような精神的な現象を扱っている点が大きく作用している。

また、本稿を通じて日本のブーム以後の韓国社会における韓流議論の変化を概観するなか、民族主義（ナショナリズム）的性向の深まりについてしばしば語ったが、このようなありようを記述する際、ナショナリズムや民族主義という概念の説明や、その概念との連携に対する議論が足りなかった点も認めなければならない。ナショナリズム自体が固定的なものではなく極めて複雑な概念であり、また多様な社会的な背景によって解釈が異なる

ため、その普遍性について語るのはなかなか難しい。ナショナリズムについての概念を明確に定立することだけでも本稿の議論の範囲を超えてしまうことは既に述べたとおりである。とくに韓国と日本における「ナショナリズム」という用語の使い方にも相違があり、本稿の引用や議論の展開においても「民族主義」と「ナショナリズム」の両者を混用せざるを得なかった。

今後の課題としては、民族主義やナショナリズムといった巨視的な概念に対するより深い理論的な考察のうえに、韓流をめぐるさまざまな議論を検討し、両国間の文化交流の更なる可能性について考察と提言を行っていきたい。

注

序章

(1) 本書で紹介する韓国の文化産業を主管する「文化体育観光部」やほかの傘下機関は、一部、過去の文の引用を用いる場合を除き、現在の名称で表記する。たとえば、文化体育観光部は、1968 年文化広報部として発足して以来、その後、文化部（1990 年）や文化体育部（1993 年）、文化観光部（1998 年）といったさまざまな名称の変更の経緯があつて、2008 年 2 月、既存の文化観光部と国政広報署、情報通信部の機能を統合した「文化体育観光部」として新設され、現在（2011 年基準）に至っている。本稿では主に文化体育部以降の時期における資料を用いているが、該当資料の出所の表記、または本文上の説明においては「文化体育観光部」という現在の名称で表記することを原則とする。ほかの傘下機関も同様である。

(2) 本稿の韓流コンテンツ、つまり韓国の文化コンテンツ商品の海外輸出額は、文化体育観光部と韓国コンテンツ振興院の刊行資料を参照してまとめたものである。これらの金額は、調査機関の算定方式によって多少の差が生じ得る場合がある。

(3) 韓国言論財団が提供する「記事統合検索」機能である KINDS は、総合日刊紙、経済日刊紙、地域新聞（昼間）、英字新聞、時事雑誌、専門誌、テレビニュース、インターネット新聞などに掲載された記事の検索 SW である。リンクは本稿の参考資料の 2.3 項目を参照。

(4) 金泳徳氏は、韓国放送映像産業振興院研究員を経て、2009 年より韓国コンテンツ振興院の首席研究員であり、韓国コンテンツ振興院の日本事務所長を勤めている。東アジア日本学会理事、韓日未来フォーラム理事、日本歴史文化学会理事をも務めている。本稿の参考資料に紹介した文献のほか、韓国語の共著に『韓国のドラマシステム改善に関する研究』[韓国放送映像産業振興院 2007]、『韓流、アジアを越えて世界へ』[財団法人韓国文化産業交流財団 2009]、『韓流フォエバー：日本編』[財団法人韓国文化産業交流財団 2011]、日本語の共著に『韓流ハンドブック』[小倉紀蔵、小針進（編）2007] などがある。インタビューは 2011 年 12 月 15 日、韓国コンテンツ振興院の日本事務所（東京都新宿区所在）で約 100 分間行われた。

(5) 日本の芸能プロダクションで韓国側の芸能人の日本活動をマネージメントしている。本人の要望により仮名として表記。インタビューは 2011 年 12 月 27 日と 2012 年 1 月 14 日の 2 回にかけ、それぞれ 90 分ずつ行われた。

(6) 初版は 1995 年に出版されているが、2010 年の増補版では 1995 年以降の内容が追加されている。

(7) 本文で述べているとおり、朝鮮半島は植民地支配から解放されてから、1948 年に二つの政府に分か

れているので、朝鮮半島から日本に移ってきた在日の人々のアイデンティティーは複雑な問題となる。岩渕は、「韓流が『在日韓国人』に出会ったときトランスナショナル・メディア交通とローカル多文化政治の交錯」という文で、「在日韓国人」との差別化のため、日本の植民地支配時代に朝鮮半島から移ってきた人、あるいは祖父母や父母を有する朝鮮籍、日本籍の人々まで含む呼称として「在日コリアン」と称じていた〔岩渕 2004 : 151〕。本稿においても岩渕の方法を参照とし、「在日コリアン」という名称を使用することにする。

第一章

(1) 韓国近現代史の争点と課題を研究・解明し、日本との過去事の清算を通じて日韓歴史を建て直すという趣旨で 1991 年に「反民族問題研究所」という名称で設立された。1995 年に「民族問題研究所」と改称し、2004 年からは過去、日本の植民地支配に協力した「親日」問題を究明する目的で「親日人名事典」の編纂事業に着手し、2008 年に収録対象者のリストを発表した〔民族問題研究所 HP 2012 年 2 月 22 日アクセス〕。

(2) 「日本」の韓国語（ハングル）の発音。

(3) 「李承晩ライン（Rhee Line）」、「平和線」とも言われる。李ラインの宣布の背景には、①当時の日韓間の漁業の格差、②該当地域の資源保護、③当時の世界各国の領海拡張と専管水域宣言の推移、④「サンフランシスコ講和条約」の発効による「マッカーサーライン：1945 年米・極東司令官が日本周辺に宣布した海域線でこの線外の漁業は禁止されていた」を入れ替える必要性、⑤独島（竹島）及び周辺海上に対する主権の保護などの理由があったとされる〔キム 2002 : 70〕。

(4) 1953 年 10 月 15 日、第 3 次日韓会談の財産請求権分科委員会第二会合に日本側の代表として参加した久保田寛一郎（当時日本外務省の参事官）が、日韓間の過去問題に関して行った発言。その内容は、「36 年間の日本の朝鮮（韓国）統治は、韓国民に有益であった」、「韓（朝鮮）民族の奴隷化について述べたカイロ宣言は、連合国が戦争中の興奮状態で書いたものである」、「日本の旧在韓日本人財産を米軍政法令第 33 号によって処理したことは国際法の違反である」、「対日講和条約締結前に韓国が独立したことは、日本から見れば異例の措置であり、連合国が日本国民を朝鮮（韓国）から強制送還したことは国際法の違反である」などで要約できる。韓国内で一般に「久保田妄言」と呼ばれるこれらの発言は、反日情緒を大きく刺激し、第 3 次会談が決裂する主要な要因となったとされる〔高崎 2002 : 231-236〕。

(5) 1959 年 12 月 14 日北送船第 1 号が日本の新潟港から 975 名の在日コリアンを北送して以来、1987 年まで 187 回にわたって 93,340 名（日本人配偶者 1,830 名を含む）が北送された。当時、韓国政府は、在日コリアンの 90%以上が南側（38 度線以南）出身であったことから、北朝鮮に送還した日本政府を非難し、論争が激しくなっていた〔キム 2002 : 69-72〕。

(6) ちなみに、好感度 1 位はアメリカ人、2 位がフランス人、3 位がイギリス人であり、朝鮮人のより好感度が低かったのは 16 位のニグロ人であった。詳しい内容は、「戦後日本の朝鮮観」[長谷 1984] を参照。

(7) 「朝総連（在日朝鮮人総聯合会）」については、金榮誼の研究を参考として簡単に説明する。戦後、日本内には在日コリアンによる自治団体が急増した。これらの団体を糾合する趣旨で、1945 年 9 月 10 日に「在日朝鮮人聯盟中央委員会」が発足し、全国大会での協議後「在日朝鮮人聯盟」が結成された。当団体は政治色が強く、暴力主義団体として規定され、1949 年に強制解散されるが、後継として「朝鮮人団体協議会」が結成され、従来の左翼勢力を吸収し、朝鮮戦争（韓国戦争）直後には「在日朝鮮統一民主戦線」が発足した。左翼・親北朝鮮性向の当団体は、日本共産党とともに北朝鮮を支援する闘争を展開したが、団体内の日本共産党支持派と北朝鮮政府支持派の勢力争いの末、北朝鮮支持派が政権を掌握、新たに「在日朝鮮人総聯合会」を結成し、現在まで存続している。日本と国交を樹立していない北朝鮮との交渉の窓口役割をも演じながら、在日コリアンの帰国事業、生活支援、ハングル教育などの活動を行っている。

一方、当初に「在日朝鮮人聯盟」の左傾化に反発した人は、1945 年 11 月に「朝鮮建国促進青年同盟」を結成し、「在日朝鮮人聯盟」やその傘下の青年同盟組織と対立した。これらの理念対立と摩擦の最中、諸団体からの脱退者は「新朝鮮建設同盟」を結成、これが後に、「在日朝鮮人居留民団」として再編成される。

「朝鮮建国促進青年同盟」は「在日本大韓青年団」と改名し、「在日朝鮮人居留民団」の同盟として吸収され、「在日朝鮮人居留民団」は 1949 年 1 月に「在日本大韓民国居留民団」と改称したが、1994 年からは「在日本大韓国民団」と名称を変え、今日に至る [金榮誼 2011]。

(8) 朴正熙政権の維新憲法公布以後、韓国を離れ国際舞台で維新反対運動を行っていた金大中氏は、1973 年 8 月 8 日、東京グランドパレスホテルで正体不明の人々に拉致された。金氏は、事件発生 5 日後、韓国ソウルの金氏の自宅周辺で解放された [キム 2002 : 116-117]。日本の警察は金氏の拉致場所で東京駐在韓国大使館の 1 等書記官（当時）であるキム・ドンウンの指紋を発見、当事件が日本の主権侵害とし、韓国政府に抗議しながら金氏の帰還を要求した。韓国政府は、金氏の帰還要求には応じなかったが、事件発生 9 日後、韓国の金鐘泌国務総理（当時）が後宮虎郎駐韓日本大使を通じて日本政府に謝罪の意を表明した後、11 月 2 日には金総理が日本を訪問し、正式謝罪して一段落した [李 1986 : 117-120]。

(9) 1974 年 8 月 15 日、韓国ソウルの奨忠洞（地名）国立劇場で行った植民地支配からの解放を記念する行事途中、在日コリアン 2 世の文世光が朴正熙大統領の暗殺を試みたが、このとき令夫人陸英修氏が死亡した。韓国政府は、犯人が日本永住権者で偽造パスポートを持っていた点、大阪のある派出所から盗んだ拳銃で犯行を行った点を挙げ、日本政府に責任があると主張した。だが、日本政府は遺憾を表明し、田中角栄総理（当時）が令夫人の葬式に参加しながらも、文世光が韓国籍である点、韓国への入国時に保安が手薄であった点を指摘し、日本側の責任を否認した。これらの経緯で韓国内の反日感情が深まったが、米国の仲裁で椎名悦三郎自民党副総裁（当時）が謝罪声明を発表するようになった [ジョン 2006 : 17-18]。

(10) 1948 年朝鮮半島（韓半島）の 38 度線以南には資本主義に基づき韓国政府が樹立されたが、その後、軍部の長期執権や独裁政治が長く続いていた。このような状況の下で軍事政権に反対する学生運動を中心とした民衆の示威と、それに対する政府の弾圧が繰り返されたが、1987 年 6 月、学生運動に参加した学生が死亡した事件が契機となり、民主化示威が全国的に拡散した。全斗煥政権は制圧に失敗し、6 月 29 日に大統領直選制への改憲や諸般の民主化措置の施行を宣言（いわゆる 6.29 宣言）し、軍部独裁時代は終焉を迎えた。

(11) 韓国の盧泰愚大統領が日本を訪問したとき、日本の明仁天皇が過去の植民地支配に対し「痛惜の念」と表現したが、当時、韓国内では「痛惜」という言葉の解釈をめぐる議論が行われた。韓国のメディアでは、「痛惜」という言葉の意味が曖昧であるとし、謝罪の真正性に疑問を提示した。韓国では、日本の天皇として他国にお詫びしてはいけないという右翼の意見と謝罪を要求する韓国の意見の間で、両側の立場を満足させるために日本側（天皇）が辞書にも存在しない単語を用いたと判断した。「痛惜」は、「謝罪」の意味でなく「残念」という意味で解釈され、謝罪に真正がないとし、その後も長年にわたって多くの批判をもたらした [『東亜日報』1990 年 5 月 25 日付；『ハンギョレ新聞』1994 年 3 月 9 日付ほか]。

(12) 1964 年 6 月 3 日に、高麗大学をはじめ、多くの学生が朴正熙政権の日韓国交正常化に関する会談や協商の内容に不満を示し、反対する示威を行った。6.3 同志会は、この示威に参加した学生代表たちが同年 11 月に結成した団体で、親睦団体を標榜しているものの、民主主義や民族主義、世界主義の理念を実現するための多様な政治活動を行ってきた [6.3 同志会 2001]。

(13) 1982 年 7 月、日本の文部省（現文部科学省）が 1983 年 4 月から日本の小・中・高校で使われる予定の歴史教科書の内容のうち、昭和時代前期の日本の記述について、「日本軍が華北に『侵略』」とあった内容が、「華北へ『進出』」という表現に書き改めさせられたことが日本内の各紙から報道され、中国や韓国内にも伝えられた。ほかに、韓国と関連した部分でも、「朝鮮語の抹殺政策や神社参拝への強要」が「日本語と朝鮮語の共用、神社参拝への奨励」と表現されるなど、主に植民地支配期を含む近・現代史の部分に関する歪曲が多いと韓国内で激しい批判を受けた。韓国政府は国内世論を意識し、日韓経済協力会談の取り消し、教科書内容の是正を要求する文書を伝えるなど、強硬対応し、同年 8 月 26 日に日本側から問題部分に対して是正するという内容の覚書をもらえるようになった。同年 11 月 24 日には日本の小川文部相が教科書検定基準の改定を発表し、この事件は一段落したが、その後も日韓間における日本の歴史教科書問題をめぐる摩擦は繰り返されている。1982 年度の歴史教科書問題は、第 1 次歴史教科書問題と呼ばれる場合が多い。[韓国史辞典編纂会 2005]。

(14) 韓国内で「克日」議論が活発となったのは主に 1990 年代のことであるが、既に全斗煥政権のとき「克日」論が登場していた。日本を追い抜くという意味の「克日」が主張されたのは、「反日」と「親日」を超え、日本より優れた先進祖国を創るという趣旨であった。だが、当時の「克日」論は、その実践において韓国より格段に優れていた日本を強く意識し、真似するような傾向が強く、極端な反日主義者からは「親

日」として批判されることもあった。1990年代に入り、韓国のメディアでは「反日」の代わりに「克日」という表現を用いる場合が多かったが、ニュアンスはそのまま「反日」に近かった。

(15) 1995年の「自由主義史観研究会」を土台とし、1996年に発足した「新しい教科書をつくる会」の会員は、発足当時の78人が、3年後には1万人を超えた。会長は西尾幹二（東京電気通信大学教授）、理事は藤岡信勝（東京大学教授）、高橋史朗（明星大学教授）、坂本多加雄（学習院大学教授）、『戦争論』のマンガで広く知られるようになった漫画家の小林よしのりなどが主要メンバーである。西尾・藤岡の両氏は、『国民の油断』という本で、1997年度に検定済みとされた中学歴史教科書7冊を「自虐史観」、「暗黒史観」、「反日史観」に基づくものと批判し、「日本人が誇りを持てる」教科書を作ることを目標にするとした〔俵木 2002 : 5〕。

(16) 「ルックイースト（Look East）」運動は、米国や西ヨーロッパでなく、「東方、つまり、日本や韓国に学べ」という意味で、マレーシアのマハティール首相が1981年に主任した直後に提唱した。そもそもフィリピンでマルコス独裁に抵抗していた学生たちが、韓国の1960年4月19日に不正選挙に反発して行った学生運動（4.19革命）に学ぼうとしたことから始まった。この運動を契機とし、マレーシア政府は、日本人や韓国人の勤勉性や勤労姿勢、労働規律などを学ぼうとし、日本や韓国への留学及び派遣が増え、日本式総合商社の設立も活発となった〔doopedia 2012年2月25日アクセス〕。

(17) 2011年8月、「フジテレビ」の番組編成が韓流に偏重されているとし、多くの人が「フジテレビ」本社のある台場にて一連の韓流放送に対する抗議活動を行った〔『週刊新潮』2011年9月8日号〕。その発端となったのは、2011年7月に日本の俳優高岡蒼甫がTwitter上で「フジテレビ」の番組編成が韓流に傾斜していることを批判する書き込みを行い、「フジテレビ」及び韓流に対する不満を示したが、その後所属事務所から退職に追い込まれた。このことが契機となり、それまでの韓流ブームや日本の放送局（主に「フジテレビ」）における韓流中心の番組編成への不満が噴き出すこととなった〔『朝鮮日報』2011年8月22日付〕。これらの韓流に対する示威は、その後もさまざまな場所にて多くの人々が参加して続いている。当初は、韓流ドラマの編成に偏重した日本の放送実態に対する批判が主な趣旨であり、2005年の『マンガ嫌韓流』で代表される「韓国バッシング」とは異なる性格のものであった。だが、2011年10月には東京の銀座にてフジテレビのドラマ『僕とスターの99日』の主演に韓国の女優キム・テヒが出演したことに抗議するなど、徐々に韓流ドラマだけでなく、韓流芸能人にも強い反感を示していった。〔『ソウル新聞』2011年10月24日付〕。

(18) たとえば、小針は、韓国の有力紙がインターネットで日本語版を配信していることが、日本人の韓国理解につながる情報を提供する一方で、韓国政治を批判的に論じるものや韓国社会の恥部を赤裸々に報じるものもあり、「嫌韓」言説の情報源になり得ると論じる。とくに日韓関係の報道のなかには、きわめてナショナリスティックな視点や不正確な論調もあるため、韓国の為政者の極端な発言も相まって、これが「嫌韓」言説を煽る結果ともなり得ると指摘する〔小針、曹 2007 : 167〕。

(19) 「規範」とは、人間がある状況の下でどのように行動するのが適切と見なされるか、価値判断の基準である。戦後の長い間、「反日」情緒が支配的なイデオロギーであった韓国社会では、公の場における規範は「反日」であった。黒田勝弘は、韓国人が公式発言では反日を標榜しても、実際には普通の人を中心に日本に対する親近感が強く、非公式発言では親日の傾向が強いと指摘する [黒田 2005 : 2]。一方、日本は韓国と逆の様相を見せる傾向がある。小針は、日本で 2005 年に台頭した嫌韓言説について、日本のメディアの規範があくまでも「親韓」と「日韓友好」であり、匿名性が高いネット上ではその対抗言説が極端にまで出ていると述べる。彼は続いて、韓国のメディアの規範は「反日」であることに對し、むしろネット上では極端な「反日」よりは日本の大衆文化に対する礼賛が多く、日韓で逆の現象が起こっていると述べる [小針, 曹 2007]。

第二章

(1) 「韓流」という言葉の語源については、本文に書かれた内容のほかにも、学者によってさまざまな意見や解釈がある。ジュ・ヨンハは、1999 年 11 月 19 日付の『北京青年報』で「韓国の大衆文化を愛好する一つの集団」という意味の「一陳韓流」という言葉が登場したという [ジュ 2007 : 15]。

(2) たとえば、財団法人韓国文化産業交流財団では、韓流の輸出効果を算定するため、韓国の文化産業（ドラマや映画などの韓流商品）、派生商品（韓流と直接連携する商品）及び一般商品（韓国製の一般消費材商品）の輸出額に、「韓流影響係数」を乗じて、その商品別割引輸出金額を想定している。ここで「韓流影響係数」とは、商品や地域によって韓流の影響が異なるため、その割引率を想定するために当機関が調査した結果に基づいた計算基準である（最近の調査年度：2008 年）。詳しいのは、『韓流，アジアを越え世界へ』 [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 350-364] を参照。

(3) たとえば、韓国観光公社の「2010 外来観光客実態調査」では、調査票本 11,995 名のうち、51.3%に該当する 6,155 名が訪韓の目的を「余暇・慰楽・休暇」とし、彼らを対象として韓国を旅行目的地とするとき考慮する要因を尋ねたところ、「ドラマや映画撮影地訪問、韓流スターのファンミーティング参加など」を選んだ人（複数応答）が全体の 10.1%であったという [韓国文化観光研究院 2011 : 30]。

(4) この金額は、あくまで財団法人韓国文化産業交流財団の「韓流の経済効果の推定方法」による算定であり、ほかの機関の調査結果と異なる可能性がある。「韓流の経済効果の推定方法」については、『韓流，アジアを越え世界へ』 [財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 350-364] を参照。

(5) ここに明記されている放送番組の海外輸出総額は韓国コンテンツ振興院の刊行資料を参照としている。この金額は、KBS, MBC, EBS の国営放送と、SBS をはじめとするほかの民営放送、そして放送チャンネル使用事業者、海外橋胞放送支援、ビデオ/DVD 販売の金額を総合したものである。なお、韓国コンテンツ

振興院は、放送番組の輸出額の算定において、上記の項目に、2007 年からはタイムブロック項目を、2008 年からは放送映像独立製作項目をも加えているが、この 2005 年までの輸出総額においては同じ基準が適用されている [韓国コンテンツ振興院 2012]。

(6) フランスの日刊紙『ル・モンド』は 2011 年 6 月 10 日、「ヨーロッパの多くの音楽ファンが SNS を通じてより簡単に K-Pop に接することができた」とし、ヨーロッパにおける韓流の背景として Twitter や Facebook など、多様なニューメディアの役割を挙げた [『京郷新聞』2011 年 6 月 10 日付]。

近年、SNS の発達は高い費用を払わずに K-Pop スターの海外広報を可能とした。最近の K-Pop アーティストは、SNS をテストマーケットとして活用し、ネット上でプロモーションを先行した後、反応を見てから海外進出を試みる場合も多い [財団法人韓国文化産業交流財団 2011 : 17-18]。

(7) 「新韓流」という言葉が最初メディアに登場したことは、2001 年に韓国観光公社が韓流関連イベントを主催したときこの言葉を使った。当時の意味は韓流を新しく整備するという脈絡で、その後も各種メディアが韓流の最新の動きという意味で用いたことがある。だが、ここでの近年における「新韓流」という言葉は、主に 2009 年から日本で韓国の K-Pop が高い人気を集めると、以前の『冬のソナタ』現象と比較され、日本におけるのブームの再来とともに総体的な韓流現象にもふたたび活気が取り戻されたとし、第二の全盛期を迎えたようにメディアから用いられたことを意味する。

(8) 倭色の「倭」には日本に対する蔑称というニュアンスが含まれている。古代から中国と韓国では日本を「倭」と呼んだ記録があるが（韓国の場合は高句麗時代に広開土大王（374～412）の碑銘に記録されている）、主に中国と韓国の海岸地域で略奪を行った日本の海賊を「倭寇」と呼んだことから「倭」が良い意味で使われてはなかったことがうかがえる。「倭色」は、現代では「日本の文化や生活様式の雰囲気」を意味するが、日本文化の流入を警戒する否定的な観点から用いられる場合が多かった [キム、チエ 2009]。

(9) 主に 1970 年代から 1980 年代に、韓国内でライセンス版ではない海賊版や複製版のレコード (LP) を指して使われた俗語。

(10) 日本の大衆文化が公式的に開放される以前の時期において、韓国では日本の大衆文化を低質文化として見なしていた。日本の大衆文化における扇情的・暴力的要素が韓国の青少年に悪影響を及ぼすという認識が強く、これは公式開放に反対する大きな理由の一つであった [キム 2000 : 40-41]。

(11) 軍事政権の下、韓国社会は長い間米国以外のほとんどの外来文化に対して鎖国政策をとっただけでなく、一般大衆は自由に海外旅行や自費留学に出ることもできなかった。1983 年から 50 歳以上、年 200 万ウォンを銀行に預けると年間 1 回の海外渡航ができるという条件付きで自由化が施行され、全面自由化は 1989 年から施行された。したがって、その以前の時期において日本文化を楽しむことができたのは一部の特権層に限られており、一般の人が日本の大衆文化に自由に接することは難しかった。

(12) 韓国で「386 世代」という言葉が使われはじめたのは 1990 年代のことである。この時期に主に 30 代で、1980 年代に大学を通った、1960 年代生まれの人々を 386 世代と呼ぶ。この名称は、韓国でパソコンが本格的に普及しはじめた 1990 年代半ばに、一般家庭用 PC に搭載された最速 CPU がインテル社の i386 であったのにちなんだものである。2000 年を前後とした韓国映画界の躍進は、これら 386 世代の監督たちの活躍に支えられている[佐々 2007 : 197-198]。

(13) 韓国では『マンガ嫌韓流』の抵抗策として、2006 年 1 月、『マンガ嫌日流』（ヤン・ビョンソル 2006）が出版されたが、同本は、「歴史的な考証が足りなく、感情的なので論理的な反駁ができてない」など、韓国の読者の間で批判を受けることもあった [『経済 Today』, 2006 年 2 月 11 日]。続いて 2006 年 8 月には、有名漫画家のキム・ソンモも同名の漫画を日韓両国で同時に出版し、日本でも関心を集めた。作者のキムは、日本に感情的に対応する内容は書いてなく、事実に根拠を持ち、敏感に台頭した韓日問題を照明したと語っているが、韓国でもこのマンガの出版をめぐって、「このような漫画の出版自体が感情的な対応であり、『嫌日流』といった題名は、『マンガ嫌韓流』の韓国非難と変わらない」と批判を受けることもあった [『国民日報』, 2006 年 8 月 31 日]。

一方、ヤン・ビョンソルの『マンガ嫌日流』は、2006 年 6 月には日本「遊学書林」で日本語版が出版され、日本では初版 5 千部が売り切れ、当時点基準で韓国内よりよい反応を受けた。また、キム・ソンモの『マンガ嫌日流』も、韓国内出版と同時に日本の『マンガ嫌韓流』を出版した「晋遊舎」で日本語版が出版され、初版 2 万部が売り切れとなるなど、当時点基準でやはり韓国より高い販売高を上げた [『日刊スポーツ』, 2010 年 3 月 4 日]。

(14) 財団法人韓国文化産業交流財団が、韓流コンテンツに対する海外消費者の反応を把握し、韓流の現況を分かる平価基準として開発した。これは、映画、放送番組、音楽、ゲームの文化コンテンツ商品を対象とし、地域別韓流消費の統計資料と、コンテンツ別の好感度に加重値を置いて導き出すものである。指標を導き出すときは、経済的な観点と文化的な観点を考慮し、専門家の意見調整によって好感度調査指標と消費指標を構成要素とするが、消費指標においては、各分野に適合する統計資料を利用し、好感度指標には認知度、忠誠度、品質、イメージの四つの項目で構成された設問調査の結果を利用する。最終的に韓流指数は、地域別韓流指標の合計で成されるが、地域別韓流指標は各分野別指標の合計であり、分野別指標は内容指標である好感度指標と消費指標の合計で成される。詳しくは、『韓流、アジアを越え世界へ』[財団法人韓国文化産業交流財団 2009 : 301-303] を参照。

第三章

(1) 教育 (Education) と娯楽 (Entertainment) の合成語である。両者の融合ジャンルであるエデュテインメントは、超高速情報通信網の補給及びデジタル媒体の進展によって、教育や文化の重要なジャンルとして浮き彫りとなっている。この分野は、出版物、教材、ビデオテープ、スマート・トイなど、アナロ

グ方式だけでなくデジタル記法でも制作され、CD や DVD、インターネットなどを通じて流通される。アニメーションやキャラクター商品、漫画、ゲームなどの文化コンテンツ産業の領域のみならず、認知科学や教育工学などの多様な学術分野との連携が期待されるコンバージョンズの典型である [文化体育観光部 2009 : 279]。

(2) 仮面をつけて踊る韓国の伝統舞踊。「タル」は韓国ので伝統仮面を意味し、チュウムは「踊り」の韓国語音。

(3) 韓国の朝鮮時代（李氏朝鮮）に、宗廟で歴代王の祭祀を行う時に演奏していた伝統音楽。2001 年には宗廟祭礼とともに UNESCO 世界無形遺産として指定された。韓国の重要無形文化財第 1 号である。

(4) 世界的に知られている韓国籍の芸術家を対象とし、発表の当時は、映像アーティストのベック・ナムジュン、指揮者のジョン・ミョンフン、バイオリニストのジョン・ギョンファとチャン・ヨンジュ、作曲家のユン・イサンの 5 名が選定されていた [『毎日経済』1996 年 12 月 2 日付]。

(5) 韓国の 1 人当たり国民所得は盧武鉉政権の 2004 年当時では 15,082 ドルであった [『聯合ニュース』2009 年 11 月 16 日付]。2010 年基準では 20,759 ドルまで伸びている [『ソウル経済』2012 年 1 月 17 日付]。

(6) 「2ちゃんねる」は匿名の掲示板サイトであり、特定のテーマに関して誰でも匿名で自由に自分の意見を書き込むことができる。だが、その匿名性により、他人を誹謗する内容の書き込みが多く、ネット上の匿名性による弊害の典型としてしばしば批判される。高増明は、「2ちゃんねる」の書き込みには、差別的な言説、虚偽、誹謗、中傷があふれていて、しかも誰もその内容に責任を負っているわけではないと指摘する [高増 2008 : 70]。リンクは、<http://www.2ch.net/>

第四章

(1) ASEAN の協力形態は地域統合を目指す超国家的な性格のものではない。当初、ASEAN の協力は、諸会員国の国民統合や国家体制の確立といった課題を遂行するため、主に経済発展を支援する性格のものであった。金秦憲によれば、ASEAN は、国民や民族、種族と表象される共同体勢力の域内影響力を縮小し、国家の立場を固めるための、あくまで「国家」中心的な地域組織である。金はその根拠として、1967 年発足した ASEAN が 1976 年インドネシアのバリで第 1 次頂上会談が開催されるまで事務局を設置していなかった点、以降組織構成の変化のために多くの提案があったものの、1992 年のシンガポールで開かれた第 4 次頂上会談に至ってようやく具体的な変化が現れた点などを挙げ、ASEAN が自国主権の維持を優先とし、協力体は緩い構造にとどまっていると述べる [金秦憲 2007 : 60]。

(2) 本文に示されるように、東北アジア 3 か国の相互間の歴史摩擦や、ASEAN（東南アジア）との経済構

造と市場希望の相違などのほかにも、東北アジアと東南アジア間の歴史・文化・宗教・人種面の相違や、東南アジアは過去 40 年間 ASEAN を中心として協力体制の経験を持っているが、東北アジアは域内協力体制を構築した経験がないという点も、今後共同体形成における難点として作用する可能性が高いという意見もある [金秦憲 2007 : 134-135]。

(3) 1970 年代から 1980 年代にかけ、多くの日本人が北朝鮮の工作員により拉致され、国際問題となっていたが、北朝鮮側は長年事件への関与を否認してきた。それから、2002 年平壤で開かれた日朝首脳会談で日本人の拉致を認め、生存していた 5 人が日本に帰国した。日本側は 17 人の拉致被害者を認定しているが、北朝鮮側は帰国した 5 人のほか、8 人は死亡したとし、残りの 4 人については北朝鮮に入国したこと自体を否定している [北朝鮮による拉致被害者家族連絡会 2008]。

(4) たしかに、ASEAN は冷戦の終焉とともに、共産圏国家をも会員として受け入れ、流動的な国際秩序に合わせて多者的な安全保障の協力問題を論じている。だが、共産主義の自国内の浸透については警戒を示す。たとえば、イムの説明によれば、インドネシアでは 1965 年 9 月 30 日にインドネシア共産党が軍高位者を拉致・殺害した事件が起こり、事態を鎮圧した後には反共産主義を標榜するようになったという。また、この事態が当時の大統領（初代）であったスカルノ（Achmed Sukarno）の親中国性向と関係があるという疑惑があり、反中感情が高まったが、当時のインドネシア経済を掌握していた華僑に対する反感もいっそう広がったとされる [イム 2004 : 54]。

(5) ワンは、ナイのソフト・パワー論に対し、多くの学者が同意を示さない場合もあるとし、彼らのソフト・パワーに関する多様な議論を紹介しながら、ある国のソフト・パワーを客観的に分析することの難しさを述べる。たとえば、韓国のキム・ヨンムンは「ソフト・パワーは科学技術、知識情報、精神文明である」と定義し、米国の学者トゥラウブ（James Traub）は、ハード・パワーとソフト・パワーの区分が難しいとし、軍事力もその運営の仕方によってソフト・パワーになり得るという。ほかにも、多くの反論を伝え、ワンは、資源の形態でハード・パワーとソフト・パワーを区分する方法は、ソフト・パワーの推移を客観的に反映することができなく、ソフト・パワーを構成する核心要素も、固定したものでなく時間や環境によって可変的であると述べながら、ナイもソフト・パワーの完璧に説明することができなかったと指摘する [ワン 2009 : 16-19]。

(6) プロパガンダは、大衆に情報を流して意図した方向に説得することを意味する。プロパガンダは他国の大衆を欺くという通常の認識や、ナチに対する記憶、共産主義の宣伝、冷戦策略など、その歴史から否定的な認識が強い。メリセンによれば、公共外交とプロパガンダは、大衆を説得しようとする技術である点では互いに符合し、事実上両者を区別するのが難しいと述べる。だが、公共外交の場合、相手の話にも耳を傾けるという点、つまり、双方向の意思疎通という、他国大衆との関係形成の方法においてプロパガンダと相違があるという [Melissen 2005 ; バク、バク訳 2008 : 52-55]。

(7) イ・スンミの説明によれば、外交やメッセージの伝達、広報のために、政府が他国の大衆と接触する行為を意味する公共外交と区分し、公共外交の主体を民間部門に拡張する動きを「新公共外交：New Public Diplomacy」と呼ぶ場合もあるという[イ 2011：5]。

(8) 「哈韓族（ハーハンズー）」とは、台湾などで「日本かぶれの集団」を指す言葉として使われる「哈日族（ハーリーズー）」の後を次いで、[韓国文化に熱狂するマニア]といった意味で使われる言葉である[ユほか 2005]。

(9) 1997 年、イギリスで保守党の長期政権の終息とともに発足したトニー・ブレアー（本名：Anthony Charles Lynton Blair）がかけたスローガンで、アイディアと感受性、独創性と個性を原動力として経済を発展させるという趣旨を持つ。「クール・ブリタニア」のスローガンの下、文化と情報産業は 1990 年代イギリスの変化を主導した。また、ヨーロッパの情報革命をイギリスが先導し、米国の情報「帝国主義」を牽制するとした「e-ブリタニア」プロジェクトも伴い、イギリスは IT 企業のヨーロッパのハブとして浮び上がった。文化産業と情報産業は、創造産業（Creative industry）へと統合され、2003 年には GDP の 8%を占め、莫大な貿易黒字を上げた。2002 年にヨーロッパ全体の映画や放送市場で 1 位になるなど、イギリスの大衆文化を含む創造産業は「クール・ブリタニア」の中心部門となっており、「クール・ブリタニア」は国家ブランドキャンペーン事業として成功的であったという評価を受けた[イ 2007]。

(10) ベックは、長い歴史を通じて、常に中国や西欧、日本など他国の文化圏の影響に置かれ、自らの文化を海外に発信し・国境を越えて横断させたことのなかった韓国文化の状況を、文化の周辺部に位置づけられていたと表現する[ベック 2005：39]。李御寧も同じく、中国文化圏・日本文化圏に置かれていた韓国が、韓流を通じて文化受信国から文化発信国へ転換したとし、韓流を評価するなど[ユほか 2005：17]、韓流は自国文化に対する韓国社会のナショナル・プライドを大きく刺激している様子は、多くの韓流に関する評価や議論から目撃できる。

第五章

(1) 「ソウル音楽室」の現地名は「漢城音楽廳」である。当番組は、韓国における多くの関連研究や政策報告書などでは「ソウル音楽室」と表記されている[ジュ 2007：15 ほか]。朝鮮半島（韓半島）では百済時代に首都を「漢城」と呼んで以来、今のソウルも元々「漢城」と呼ばれていた。

(2) ドラマ『冬のソナタ』の主な撮影地である。韓流ブーム以降、春川（南怡島を含む）を訪れる日本人観光客が急増し、春川が属した江原道を尋ねた外国人観光客は 2004 年基準で 1,435,000 名で、前年度比 40.4%が増加した[『東亜日報』2005 年 2 月 1 日付]。春川は「冬ソナ」現象以後、観光名所として位置を固め、近くの（江原道）襄陽国際空港は 2005 年 2 月の当時、日本の旅行会社 JTB との連携で、当空港と大阪を繋ぐ専用機（レンタル）の運航を実施した[『世界日報』2005 年 2 月 27 日付]。

(3) この時期に出版された「嫌韓」をテーマとした関連書籍は、2005年に、『マンガ嫌韓流』（山野車輪・普遊舎）をはじめ、『韓国人につけるクスリー韓国自覚症状なしのウリナリズム（筆者注：「ウリナラ」は「我が国」の韓国語音で、「我が国ism」のこと）の病理』（中岡龍馬・オークラ出版）、『マンガ嫌韓流の真実！韓国／半島タブー』（大月隆寛ほか・宝島社）が、2006年には、『嫌韓流ディベート反日国家・韓国に反駁する』（北岡俊明・総合法令出版）、『嫌韓流：反日妄言撃退マニュアル：実践ハンドブック』（櫻井誠・普遊舎）、『マンガ嫌韓流 2』（山野車輪・普遊舎）、『韓国人につけるクスリ 2 打！』（中岡龍馬・オークラ出版）、『反日妄言半島炎上編』（櫻井誠・普遊舎）など（ほか多数）が挙げられる〔ゴ 2007：84〕。

(4) 2006年7月の時点で、『マンガ嫌韓流』（2005年7月出版）と『マンガ嫌韓流 2』（2006年2月出版）を合わせ、約70万部の売れ行きを記録したとされる〔丁 2006：30〕。

(5) 2000年代初の中国や台湾における韓流に対する警戒は、主に当国の政府レベルで示されていた。とくに中国政府は、韓流の初期から制裁を加えてきたが、2003年にも韓国ドラマに対する厳しい審議規定を適用し、審議期間を延ばすなど、中国内の韓流を牽制した。その後も中国内のメディアや文化産業界が加勢し、韓流ドラマに対する制限を要求する声をあげた〔キム 2006：38〕。2000年代半ばからは徐々に中国の一般民衆における韓流批判が行われるが、2005年には、ドラマ『大長今（筆者注：日本では『チャングムの誓い』の題名で放送された）』が大きな人気を集めたものの、一方では、当ドラマに出る鍼術が韓国固有のものとして設定されているなど、歴史考証に問題があるとし、「文化歪曲」や「文化侵略」と批判を受け、中国における「抗韓流」が台頭した〔ジン 2007：65-69〕。

(6) 日本の韓流ブーム以後、韓国の映画産業の輸出契約方式は徐々に変わっている。単一販売の中心であった既存の契約形態が減り、最小契約金と以後に発生する追加受益に区分する形態が増えている。さらに、契約金無しで事後受益のみを配分する受益配分（Revenue Share）方式もある。このような現状を反映し、映画振興委員会及び韓国コンテンツ振興院では2007年以降、追加受益の部分を輸出実績として集計している〔韓国コンテンツ振興院 2012：254〕。

(7) 2005年度と2006年度における韓国の放送産業の海外輸出総額には、地上波合計と放送チャンネル使用事業者のほか、海外橋胞放送支援とビデオ/DVD販売の項目が含まれているが、日本輸出額には海外橋胞放送支援とビデオ/DVD反外の項目が含まれていない。

(8) 韓国のゲーム産業の中国輸出において、もっとも大きな障害要因となるのは中国政府の自国産業保護政策である。中国政府は、2000年代初から海外（韓国）ゲームの輸入を規制してきたが、2004年2月からはオンラインゲームを国家科学技術計画に含むとともに、外国産ゲームの自国進出に制裁を加えた〔文化体育観光部 2006a〕。

(9) 中国と台湾、そして東南アジア諸国に対する韓流商品の一方的な売り込み、韓流の勢力圏を拡大し、韓国文化の優秀性を世界に知らせようとする、韓国社会における韓流に対する諸政策と議論は、「亜流」文化帝国主義と批判を受ける。歴史学者であるパク・ノジャ教授は、本格的に海外植民地を経営する帝国主義国家ではなく、むしろ過去、帝国主義の被害を受けた韓国であるが、さまざまな側面から帝国主義の様相を持っていると批判する。たとえば、韓国の大手財閥企業の海外（主に東南アジア地域）進出の仕方は収奪者のイメージが強く、過去の被害者意識により、かつて領土拡張に成功した「高句麗時代」に対する熱狂から見られるように、「強者の論理」にこだわる韓国社会の姿は、「亜流」帝国主義にはかならないと批判する [『プレシアン』2008年7月29日付]。

第六章

(1) 朴は、その事例として、日韓相互理解研究会が日本訪問、日本語、歴史教育、日本人面接、マスコミというキーワードで調査を行った、「日韓相互理解アンケート調査集計結果報告書」[日韓相互理解研究会1992]を挙げている [朴2002b: 610]。

(2) たしかに小針は、日本の大衆文化によく接触することが日本に対する好意的な態度をもたらしたのか、あるいは、もともと日本に対して好意的であった人ほど日本の大衆文化に接触する傾向が高いのかについて、当研究ではその方向を特定してはいない。だが、韓国で反日情緒がイデオロギーと言っていいほど韓国人のものの見方を支配してきた経緯や、日本の大衆文化の輸入が禁止されていた時期には、非公式的に入ってきた日本の大衆文化の原産地を知らないまま楽しんできた場合が多かった状況を考え、前者のほうの可能性が高いと述べる [小針、渡邊2003: 16]。

(3) 旗田巍は、明治時代における日本人の朝鮮観について、明治前期の自由民権左派の連帯意識、明治末年以後の社会主義者の朝鮮人に対する信頼・共感・連帯の意識と同時に、日本の朝鮮侵略・朝鮮支配を当然のものと見なし、朝鮮に対する優越感・輕蔑感を持つものがあつたが、この相反する傾向のうち、後者が強力であつたと述べる。彼によれば、幕末から明治初年わたる征韓論、明治以降の脱亜論、大アジア主義、日鮮同祖論、満鮮史観などは、朝鮮は日本の支配下にあるべきもの、朝鮮文化は価値のないもの、朝鮮は自立できないものという考えで、日本の朝鮮侵略過程で、とくに日本の朝鮮統合の時代に強められたという [旗田1969: 46]。

(4) ファンは、終戦直後の日本社会における否定的な韓国観・韓国人観を体感したり、親の世代から伝え聞いた50代から60代の世代（筆者注：調査が行われた2007年を基準として）には、1988年のソウル・オリンピックや2002年のサッカーワールドカップなども、韓国に対する過去からの否定的なイメージを変えさせる契機とはならなかったと述べる [ファン2009: 285]。

(5) 公式流入が禁止されていたにもかかわらず、戦後、常に日本の文化は韓国社会の日常に存在していた。

韓国の大衆文化自体がその形成に日本の影響を強く受けたことや、日本のものを模倣・剽窃する傾向が強かったことは別として、日本産の大衆文化自体が合法（原産地を表記しないアニメーションなど）・非合法（海賊版など）に大量流入されていた。それに対し、ベック・テヨルが指摘するように、日本では韓国の大衆文化に対する制裁措置がなかったものの、近年の韓流現象の以前における韓国の大衆文化の人気と消費は、小数による一時的な性格のもので、大衆的な消費が行われたわけではなかった〔ベック 2007 : 205〕。

(6) イは、日本での BoA の人気や「冬ソナ」現象など、日本における韓流現象に対する韓国大衆の敏感な反応が、植民地支配による文化的コンプレックスに対する反作用であると述べる。そして、韓流はもはやこのような自己防衛的な態度から脱して、ベトナム、モンゴル、フィリピンなどの開発途上国に進出するときは、積極的に文化帝国主義的な支配論理を示すと指摘する〔イ 2006 : 189〕。

(7) 日韓間の架け橋的役割を演じる韓流スターにとって、日韓摩擦は非常に困難な問題である。韓国側に傾いた発言では日本内の活動に障害が出る恐れがあり、そうでない場合は自国から裏切り者の扱いを受けるようになる。

たとえば、韓流スターのペ・ヨンジュンは、2005 年 3 月 17 日、映画『外出』と関連した記者会見で、当時の日韓間の懸案であった竹島（独島）をめぐる領土紛争に関する質問を受けた。彼は、即座での回答を避け、韓国社会の非難を受けることもあったが、数日後、自分のホームページに独島（竹島）が韓国の領土であるという意見を披瀝した〔『文化日報』2005 年 3 月 18 日付〕。その後、韓流ファンの間では彼の人氣が依然として高かったが、一部の日本内の媒体の批判を受けたり、嫌韓流の関連書籍、たとえば、櫻井誠の『嫌韓流：反日妄言撃退マニュアル：実践ハンドブック』（普遊舎 2006）などでは反日俳優として登場するようになった〔櫻井 2006〕。

ほかにも、女優キム・テヒやアイドル・グループ少女時代など、多くの韓流スターが日韓間の歴史摩擦によって困難な立場に置かれ、両国友好へのはたらきが期待される彼らの存在は、両国摩擦によるプレッシャーを経験している〔『週刊新潮』2011 年 9 月 8 日号ほか〕。

終章

(1) 実際に、韓流初期から韓国人の多くは海外（中国や台湾、ベトナムなど）における韓流が、韓国の文化を反映していないと見なしていた。2001 年 8 月に『毎日経済』新聞と総合ポータルサイト「NAVER」が共同で実施した設問調査によれば、18,000 名のうち、韓流に韓国文化が反映されていると思う人は全体の 8.9%にとどまり、多くの場合、韓流は 10 代中心の一部階層の文化を反映している（55.6%）とするか、韓国の文化とは思わない（30.9%）という意見が多かった〔『毎日経済』2001 年 9 月 5 日付〕。

(2) 李御寧のほかにも、海外における韓流現象の要因として、韓国人の特有の気質や DNA がはたらいたという表現が多く見られる。韓流産業の現場では、韓国の映画やドラマのストーリーが海外から好評を受けるのは、韓国人の話好きな特性によるものであるという声がある。また、韓国人の他人に干渉しがちな気

質から、テレビドラマの掲示板に視聴者がさまざまな意見を掲載し、制作側ではそれらの意見を反映して結末を修正するような様相がドラマの大衆性を高め、海外でも韓流ドラマが良い評価を受ける要因となったという意見もある。さらには、韓国人の短気な気質は現場での意思決定と作業展開を円滑とし、海外との共同作業でも良い評判を受けているとし、これらの短所ともなり得る韓国人の特有の気質がむしろ海外の韓流の成功の背景となったとし、いわば、韓国ならではの「韓流 DNA」が語られている [ユほか 2005 : 70-75]。

参考資料

- 順番は、数字、アルファベット、日本語の五十音順であるが、英文を除き、海外（主に韓国）資料は、著者名の現地発音に従った。
- 海外資料であるが、著者の漢字名が明記されている場合は、漢字名をそのまま用いた。
- 海外資料は筆者が日本語訳を行い、次いで原文を明記した（海外資料であるが、日本語で書かれたものはそのまま表記）。

1 単行本

6.3 同志会 [2001] 『6.3 学生運動史』 욱사트비피ョン사／6.3 동지회(2001) 『6.3 학생 운동사』 역사비평사.

Anderson, Benedict, 2002, *Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism*, Verso Books (ベネディクト・アンダーソン著 ; ユン・ヒョンस्क訳 [2004] 『想像の共同体』 ナナムサ／베네딕트 앤더슨 지, 윤형숙역 (2004) 『상상의공동체』 나남사.

Appadurai, Arjun, 1996, *Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press (アルジュン・アパデュライ著 ; チャ・ウオンヒョン訳 [2004] 『手綱の外された現代性』 ヒョンシルムンファヨン／아르준 아파두라이 지, 차원현 역 (2004) 『고삐 풀린 현대성』 현실문화연구.)

Castells, Manuel, 1997, *The Information Age : Economy, Society and Culture. Volume 2 : The Power of Identity*, Blackwell Publishers

Gellner, Ernest, 1983, *Nations and Nationalism*, Blackwell Publishers (アーネスト・ゲルナー著 ; 加藤節訳 [2000] 『民族とナショナリズム』 岩波書店)

Gitlin, Todd, 1980, *The whole world is watching*, University of California Press

Hall, Stuart & Held, David etc, 1996, *Modernity : An Introduction to Modern Societies*, Blackwell Publishers (スチュアート・ホールほか著 ; ジョン・ヒョグァン訳 [2000] 『モダニティーの未来』 ヒョンシルムンファヨン／스튜어트 홀 외 지, 전효관 역 (2000) 『모더니티의 미래』 현실문화연구.)

Held, David & McGrew, Anthony G., 1999, *Global Transformations : Politics, Economics and Culture*, Stanford University Press (데이비드·헬드著; 조·히오지예訳 [2002] 『全地球的変換』チャンジャクァビピョンサ/데이비드 헬드 저, 조효제 역(2002) 『전 지구적변환』 창작과비평사.)

Hobsbawm, Eric J., 1994, *Nations and Nationalism Since 1780*, Cambridge Univ. Press (에릭·호브스보ーム著; 칸·미ョン세訳 [1998] 『1780 年以後の民族と民族主義』チャンジャクァビピョンサ/에릭 홉스봄 저, 강명세 역(1998) 『1780 년이후의 민족과 민족주의』 창작과비평사.)

Huntington, Samuel P., 1996, *Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, Touchstone (사무엘·한치ントン著;鈴木主税訳 [1998] 『文明の衝突』集英社)

Melissen, Jan, 2005, *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations*, Palgrave Macmillan (얀·메리센著; پاک·جونایل, پاک·سونيون訳 [2008] 『新公共外交 : 国際関係とソフト・パワー』, 잉간사랑/얀 멜리센 저, 박종일, 박소영 역 (2008) 『신공공외교 : 국제관계와 소프트파워』 인간사랑.)

Nye, Joseph S., 2004, *Soft Power : The Means to Success in World Politics*, Perseus Books Group (조세프·나이著; 혼·스웬온訳 [2004] 『소프트·パワー』 세션영웅/조지프 나이 저, 홍수원 역(2004) 『소프트파워』 세종연구원.)

———, 2003, *Understanding International Conflicts*, Longman

Smith, Anthony D., 1986, *The Ethnic Origins of Nations*, Blackwell publishers (안토니·스미스著; 巢山靖司・高城和義ほか訳 [1999] 『ネイションとエスニシティ : 歴史社会学的考察』名古屋大学出版会)

Storey, John, 1993, *An introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*, Harvester Wheatsheaf (존·스토リー著; پاک·이즈訳 [2001] 『文化研究と文化理論』ヒョンシルムンファ영웅/존 스토리 저, 박이소 역(2001) 『문화연구와 문화이론』 현실문화연구.)

Thomlinson, John, 1991, *Cultural imperialism : A Critical Introduction*, Johns Hopkins University Press (존·톰린슨著; 칸·데인訳 [1994] 『文化帝国主義』 나남사/존 톰린슨 저, 강대인 역(1994) 『문화제국주의』 나남사.)

Williams, Raymond, 2001, *Long Revolution*, Broadview Press (レイモンド・ウィリアムズ著 ; ソン・ウンエ訳 [2007]『長き革命』ムンハクドンネ／레이몬드 윌리엄스 저, 성은애 역(2007)『기나긴 혁명』문학동네.)

青木保 [2011]『「文化力」の時代：21世紀のアジアと日本』岩波書店

亜細亜政策研究院 [1978]『韓国イデオロギー論：韓国民族主義の理念』成甲書房

イ・サンフン [2007]『超高速インターネット』ジソンサ／이상훈(2007)『초고속 인터넷』지성사.

石井健一，渡辺聡 [2001]「国境を越える日本のテレビ番組：台湾の事例」石井健一 [編]『東アジアの日本大衆文化』蒼蒼社

石田佐恵子 [2007]「韓流ブームのさまざまな語り手たち——他者表象と越境する文化——」石田佐恵子，木村幹，山中千恵 [編]『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

李元徳 [2007]「歴史問題を巡る日韓の葛藤メカニズム」金慶珠，李元徳 [編]『日韓の共通認識——日本は韓国にとって何なのか？』東海大学出版会

李知旻 [2004]「新聞に見る『ヨン様』浸透現象——呼称の定着と『オバファン』という存在」毛利嘉孝 [編]『日式韓流：「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

伊藤亜人 [2007]「日本韓流の歴史：日本人の関心と認識」ジュ・ヨンハほか『日本韓流，韓国と日本から見る』韓国学中央研究院／이토 아비토(2007)「일본한류의 역사：일본인의 관심과 인식」주영하 외『일본한류，한국과 일본에서 보다』한국학중앙연구원.

イ・ドンヨン [2006]『アジア文化研究を想像する』グリーンビー／이동연(2006)『아시아문화연구를 상상하기』그린비.

板垣竜太 [2007]「〈嫌韓流〉の解剖学 現代日本における人種主義——国民主義の構造——」徐勝，黄盛彬，俺途由香 [編]『「韓流」のうち外：韓国文化力と東アジアの融合反応』御茶の水書房

イ・ヨンほか [1998]『日本大衆文化の写し』ナムワスプ／이연 외(1998)『일본대중

문화베끼기』 나무와숲.

岩渕功一 [2001] 『トランスナショナル・ジャパン：アジアをつなぐポピュラー文化』 岩波書店

—— [2003] 『グローバル・プリズム：「アジアン・ドリーム」としての日本のテレビドラマ』 平凡社

—— [2004] 「韓流が『在日韓国人』に出会ったとき——トランスナショナル・メディア交通とローカル多文化政治の交錯」 毛利嘉孝 [編] 『日式韓流：「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』 せりか書房

—— [2007] 『文化の対話力——ソフト・パワーとブランドナショナリズムを越えて』 日本経済新聞出版社

—— [2011] 『対話としてのテレビ文化：日・韓・中を架橋する』 ミネルヴァ書房

大石裕 [2008] 「日本のソフト・パワーの『歴史性』と『政治性』」 大石裕, 山本信人 [編] 『イメージの中の日本：ソフト・パワー再考』 慶応義塾大学出版会

小倉紀蔵 [2005] 『韓流インパクト——ルックコリアと日本の主体化』 講談社

吳錫崙 [2010] 「文学を通じた『東アジア共同体』実現に向けた模索——韓国文学と日本文学を中心に」 大野俊 [編] 『メディア文化と相互イメージ形成』 九州大学出版会

カン・チョルグン [2006] 『韓流専門家カンチョルグンの韓流物語』 イチェ/강철근(2006) 『한류전문가 강철근의 한류 이야기』 이채.

北朝鮮による拉致被害者家族連絡会 [2008] 『家族' 08』 光文社

木宮正史 [2007] 「日韓関係の力学と展望——冷戦期のダイナミズムと脱冷戦期における構造変容」 金慶珠, 李元徳 [編] 『日韓の共通認識——日本は韓国にとって何なのか?』 東海大学出版会

キム・ギボン [2006] 『歴史を通じた東アジア共同体作り』 プルンヨクサ/김기봉 (2006) 『역사를 통한 동아시아공동체 만들기』 푸른역사.

キム・ギラン, チェ・ギホ [2009] 『大衆文化辞書』ヒョンシルムンファ／김기란, 최기호
저 (2009) 『대중문화사전』 현실문화.

キム・スイ [2006] 「韓流, 21 世紀韓国文化の国家的アジェンダー」キム・スイ [編]
『韓流と 21 世紀文化ビジョン: ヨン様から文化政治まで』チョンドンゴウル／
김수이 (2006) 「한류, 21 세기 한국문화의 국가적 아젠다」김수이 편 『한류와 21 세기
문화비전: 온사마에서 문화정치까지』 청동거울.

キム・チャンナム [2003] 『大衆文化の理解』ハンオルアカデミー／김창남 (2003) 『대중문화의
이해』 한올아카데미.

キム・チャンフン [2002] 『韓国外交の昨日と今日』ダラクウォン／김창훈 (2002) 『한국외교의
어제와 오늘』 다락원.

金学泉 [2002] 「日本大衆文化の開放」朴順愛, 土屋礼子 [編] 『日本大衆文化と日韓関係
——韓国若者の日本イメージ』三元社

金賢美 [2005] 『グローバル時代の文化翻訳』トハナウムンファ／김현미 (2005) 『글로벌
시대의 문화번역』 또 하나의 문화.

—— [2004] 「韓国における日本大衆文化の受容と『ファン意識』の形成」毛利嘉孝 [編]
『日式韓流: 「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

—— [2007] 「『韓流』と親密性の政治学: アジアの近代性とジェンダー」徐勝, 黄盛彬,
俺迢由香 [編] 『「韓流」のうち外: 韓国文化力と東アジアの融合反応』御茶の水書房

木村幹 [2007] 「ブームは何を残したか——ナショナリズムの中の韓流——」石田佐恵子,
木村幹, 山中千恵 [編] 『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

—— [2009] 『近代韓国のナショナリズム』ナカニシヤ出版

金栄作 [2007] 「日本 (人) とは韓国 (人) にとって何なのか?」金慶珠, 李元徳 [編] 『日
韓の共通認識——日本は韓国にとって何なのか?』東海大学出版会

金泳徳 (キム・ヨンドク) [2002] 『日本放送開放と交流』コミュニケーションブックス／

김영덕(2002)『일본방송 개방과 교류』커뮤니케이션북스.

—— [2010]「韓国における日本映像文化の受容と対日認識の変化」大野俊 [編]『メディア文化と相互イメージ形成』九州大学出版会

金榮鎬 [2008]『日韓關係と韓国の対日行動：国家の正当性と社会の記憶』彩流社

クォン・ヨンソク [2010]『「韓流」と「日流」：文化から読み解く日韓新時代』NHK 出版

グ・グァンモ [1999]『文化政策と芸術振興』中央大学校出版部／구광모(1999)『문화 정책과 예술진흥』중앙대학교 출판부.

黒田勝弘 [2005]『韓国は不思議な隣人』産経新聞社

小針進 [2001]「韓国における日本大衆文化とその開放措置」石井健一 [編]『東アジアの日本大衆文化』蒼蒼社

—— [2004]『韓国人は、こう考えている』新潮社

今野茂充 [2008]「ソフト・パワーと日本の戦略」大石裕，山本信人 [編]『イメージの中の日本：ソフト・パワー再考』慶応義塾大学出版会

近藤瑠漫，谷崎晃 [2007]『ネット右翼とサブカル民主主義』三一書房

櫻井誠 [2006]『嫌韓流：反日妄言撃退マニュアル：実践ハンドブック』普遊舎

佐々充昭 [2007]「386 世代と『韓流』映画——消費の快楽と社会批判としての映像表象——」徐勝，黄盛彬，俺途由香 [編]『「韓流」のうち外——韓国文化力と東アジアの融合反応』御茶の水書房

財団法人韓国文化産業交流財団 [2008]『韓流フォエバー：韓流の現住所と経済的効果の分析』国際文化産業交流財団／재단법인한국문화산업교류재단(2008)『한류포에버：한류의 현주소와 경제적 효과의 분석』국제문화산업교류재단.

—— [2009]『韓流，アジアを越えて世界へ』財団法人韓国文化産業交流財団／—— (2009)『한류,아시안을 넘어 세계로』재단법인한국문화산업교류재단.

———— [2011] 『韓流フォエバー：日本編』財団法人韓国文化産業交流財団／————
(2011) 『한류포에버 : 일본편』 재단법인한국문화산업교류재단.

シン・ユンファン, イハヌ著 [2006] 『東アジアの韓流』 ジョンエウオン／신윤환, 이한우
저 (2006) 『동아시아의 한류』 전예원.

新村出 [2008] 『広辞苑：第六版』 岩波書店

鄭大均 [2010 ; 初版は 1995] 『韓国のイメージ：戦後日本人の隣国観（増補版）』 中公新書

———— [1998] 『日本（イルボン）のイメージ：韓国人の日本観』 中公新書

ジュ・ヨンハ [2007] 「日本韓流を眺める視覚」 ジュ・ヨンハほか『日本韓流, 韓国と日本
から見る』 韓国学中央研究院／주영하(2007) 「일본한류를 바라보는 시각」 주영하 외
『일본한류, 한국과 일본에서 보다』 한국학중앙연구원.

ジョハン・ヘジョンほか[2003] 『韓流とアジアの大衆文化』 延世大学校出版部／조한혜정
외 (2003) 『한류와 아시아의 대중문화』 연세대학출판부.

ジョ・ミン[1994] 『韓国民族主義研究』 民族統一研究院／조민 (1994) 『한국민족문화연구』
민족통일연구원.

鈴木健二 [1997] 『ナショナリズムとメディア：日本近代化課程における新聞の功罪』 岩波
書店

高崎宗司 [2002] 『「妄言の原形」日本人の朝鮮観』 木犀社

高増明 [2008] 「日本のインターネット文化と閉鎖社会」 斉藤日出治, 高増明 [編] 『アジ
アのメディア文化と社会変容』 ナカニシヤ出版

チェ・ウォンシクほか [2009] 『東アジアの今日と明日』 ノンヒョン／최원식 외 (2009)
『동아시아의 오늘과 내일』 논현.

チェ・ヘシル [2010] 『韓流文化と東北アジア共同体』 ジップムンダン／최혜실 (2010)
『한류문화와 동북아공동체』 집문당.

張達重（著）；小嶋寿美子（訳）[2005]「グローバル化と民族主義化の流れの中の日韓関係」
小此木政夫，張達重〔編〕『戦後日韓関係の展開』慶応義塾大学出版会

秋菊姫[2009]「失われた声を探って：軍事政権期における韓国の純情漫画作家たちの抵抗
と権利付与」谷川健司，吳咏梅，王向華〔編〕『越境するポピュラーカルチャー：リコウラ
ンからタッキーまで』青弓社

長谷寛〔1984〕「戦後日本の朝鮮観」『別冊宝島 39：朝鮮・韓国を知る本』JJCC 出版局

南其正〔2007〕「韓国民民主主義の展開と日韓関係」金慶珠，李元徳〔編〕『日韓の共通認識
——日本は韓国にとって何なのか？』東海大学出版会

旗田巍(1969)『日本人の朝鮮観』勁草書房

ハム・ハンヒ，ホ・インスン(2005)『冬ソナと蝶ファンタジー——日本韓流に会ってみる』
小花／함한희, 허인순(2005)『겨울연가와 나비환타지 일본한류를 만나보다』小花.

林夏生〔2005〕「大衆文化交流から見る現代日韓関係——韓国の『日本大衆文化開放政策』
と日本での『韓流』現象を手がかりに」小此木政夫，張達重〔編〕『戦後日韓関係の展開』
慶応義塾大学出版会

バン・ジョンベほか〔2007〕『韓流と文化コミュニケーション』コミュニケーションブッ
クス／방정배 외(2007)『한류와 문화커뮤니케이션』커뮤니케이션북스.

パク・ジェボク(2005)「韓流，グローバル時代の文化競争力」サンスン経済研究所
／박재호(2005)『한류, 글로벌시대의 문화경쟁력』삼성경제연구소.

パク・ジャンスン(2007)『韓流，神話が未来——危機の韓流，その実体と対案』コミュニ
ケーションブックス／박장순(2007,)『한류, 신화와 미래——위기의 한류, 그 실체와
대안』커뮤니케이션북스.

朴順愛〔2002a〕「日本大衆文化の流入現状と市場」朴順愛，土屋礼子〔編〕『日本大衆文化
と日韓関係——韓国若者の日本イメージ』三元社

パク・ソヨン〔2004〕平田由紀江訳「インターネットにおける日本ドラマ流通とファンの

文化実践——消費者製作の字幕によるテキストの変容」毛利嘉孝〔編〕『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

平田由紀江〔2004〕「まなざし者としての日本女性観(光)客——『冬のソナタ』ロケ地めぐりにみるトランスナショナルなテキスト解説」毛利嘉孝〔編〕『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

——〔2007〕「韓流とその『愛のあと』——韓国を消費する女性とその表象をめぐって——」石田佐恵子，木村幹，山中千恵〔編〕『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

——〔2008〕「映画『青燕』をめぐるポストコロニアル状況現——代韓国の大衆文化と「記憶」の表象——」斉藤日出治，高増明〔編〕『アジアのメディア文化と社会変容』ナカニシヤ出版

黄盛彬〔2007a〕「韓流の底力，その言説」石田佐恵子，木村幹，山中千恵〔編〕『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

——〔2007b〕「日韓『文化と政治』とその構造」徐勝，黄盛彬，俺途由香〔編〕『「韓流」のうち外——韓国文化力と東アジアの融合反応』御茶の水書房

ベック・ウォンダム〔2005〕『韓流——東アジアの文化選択』ペンタグラム／백원담 (2005)『한류——동아시아의 문화선택』펜타그램.

ベック・テヨル〔2007〕「韓流と韓日関係：国際政治・経済的評価と含義」ジュ・ヨンハほか『日本 韓流，韓国と日本から見る』韓国学中央研究院／백태열(2007)『한류와 한일 관계：국제정치·경제적 평가와 함의』주영하 외『일본한류，한국과 일본에서 보다』한국학중앙연구원.

毎日経済韓流本色プロジェクトチーム〔2012〕『韓流本色』毎日経済新聞社／매일경제한류본색프로젝트팀(2012)『한류본색』매일경제신문사.

光田明正〔2010〕「東アジア諸国の同質性と多様性」王梅〔編〕『国際日本学とは何か？東アジアの日本観——文学・信仰・神話などの文化比較を中心に——』三和書籍

村上和弘〔2007〕「インターネットの中のツシマ——ある『嫌韓』現象をめぐって——」石

田佐恵子，木村幹，山中千恵〔編〕『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

毛利嘉孝〔2004〕『『冬のソナタ』と能動的ファンの文化実践』毛利嘉孝〔編〕『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

——〔2011〕『テレビ文化交流の歴史』岩渕功一〔編〕『対話としてのテレビ文化——日・中・韓を架橋する』ミネルヴァ書房

山野車輪〔2005〕『マンガ嫌韓流』晋遊社 MOOK

山泰幸〔2007〕『NHK テレビハングル講座から見た韓流ブーム』石田佐恵子，木村幹，山中千恵〔編〕『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

梁仁實〔2007〕『もう一つの韓流——韓国映画のなかの『在日』像——』石田佐恵子，木村幹，山中千恵〔編〕『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房

ユ・サン Cholほか〔2005〕『韓流 DNA の秘密：ソフト・パワー，ソフト・コリアの現場を調べて』センガクイナム／유상철 외(2005)『한류 DNA 의 비밀』생각의 나무.

リー・ドンフー〔2004〕『リメイクの文化的戦略——『やまとねでしこ』と『窈窕淑女』の翻案の事例』毛利嘉孝〔編〕『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

梁旭明〔2004〕『アジアの方程式？日韓テレビドラマ比較』毛利嘉孝〔編〕『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』せりか書房

2 論文及び研究報告書

安貞美〔2008〕『日本における韓国大衆文化の受容——『冬のソナタ』を中心に——』『人文社会科学研究』第16号 pp. 196-210

李恩恵〔2007〕『東北アジア文化共同体の構想——韓流の役割を中心として——』高麗大学校大学院／이은혜(2007)“동북아 문화공동체의 구상——한류의 역할을 중심으로——,” 고려대학교 대학원.

李御寧〔2004〕『21世紀の韓国，韓国文化——大陸文明と海洋文明を超えて』『世界の

文学』第 30 卷 1 号 pp. 8-38/이어령(2004)“21 세기의 한국,한국문화 대륙문명과 해양문명을 넘어,”『세계의 문학』 제 30 권 1 호 pp.8-38.

李吉珠 [2002] 「韓国高等学校学生たちの対日観——日本大衆文化とインターネットの大衆化を中心として——」成均館大学校教育大学院/李吉珠(2002)“한국 고등학교 학생들의 대일관 일본대중문화와 인터넷 대중화를 중심으로,”성균관대학교 교육대학원.

李志遠 [2005] 『『ソフト・パワー』論と日本の『文化戦略』』『翰林日本学』第 10 集 pp. 41-101/이지원(2005) “‘소프트파워’론과 일본의 ‘문화전략’,” 『한림일본학』 제 10 집, pp.41-101.

イ・ジウン [2006] 「日本人の韓国観の変化に関する研究：韓流が及ぼした影響の分析を中心として」光云大学校大学院/이지은(2006)“일본인의 한국관 변화에 관한 연구 : 한류가 미친 영향의 분석을 중심으로,”광운대학교 대학원.

イ・ジウン [2007] 「21 世紀韓流の持続化方案の研究——韓流ウツドの戦略的基地としての役割を期待しながら——」檀国大学校大衆文化芸術大学院/이지은(2007)“21 세기 한류의 지속화 방안 연구——한류우드의 전략적 기지역할을 기대하며——,”단국대학교 대중문화예술대학원.

イ・ジンヨン [2006] 「世界化時代韓国のソフト・パワー：韓流拡散の研究」全南大学校大学院/이진영(2006)“세계화 시대 한국의 소프트 파워 : 한류확산 연구,”전남대학교 대학원.

イ・スンミ [2011] 「韓国の公共外交 (Public Diplomacy) 研究：公共外交の主体と戦略的手段を中心として」慶熙大学校大学院/이승미(2011)“한국의 공공외교(Public Diplomacy) 연구 :공공외교의 주체와 전략적 수단을 중심으로,”경희대학교 대학원.

李昌眩 [2009] 「韓流経験の類型が韓国の国家ブランドイメージ，企業及び製品の認識に及ぼす影響に関する研究」韓国外国語大学校大学院/이창현(2009)“한류경험의 유형이 한국 국가브랜드 이미지, 기업 및 제품의 인식에 미치는 영향에 관한 연구,”한국외국어대학교 대학원.

イ・チョンヒ [1987] 「近代民族主義思想の形成期の体育・スポーツナショナリズムに関する研究」高麗大学校大学院/이천희(1987) “근대민족주의사상 형성기의 체육・스포츠 내셔널리즘에 관한 연구,”고려대학교 대학원.

イ・ホジョン [2006] 「全地球化のなかにおける受容者の文化消費——日本における韓流を中心として——」 延世大学校映像大学院／이호정(2006)“전지구화 내에서의 수용자 문화소비——일본에서의 한류를 중심으로——,” 연세대학교 영상대학원.

イム・ジュンチョル [2011] 「グローバル／グローカル時代の文化融合とメディアコンテンツの役割に関する研究」 韓国外語大学校大学院／임준철(2011)“글로벌/글로벌 시대 의 문화융합과 미디어콘텐츠 역할에 관한 연구,” 한국외국어대학교 대학원.

イム・ヒョンイル [2004] 「東アジア地域協力体の構築要因に関する研究——ASEAN+3 を中心として——」 国民大学校大学院／임현일(2004)“동아시아 지역협력체 구축요인에 관한 연구——ASEAN+3 를 중심으로——,” 국민대학교 대학원.

ウォン・ヨンジン [2005] 「韓流放送の持続的交流のための政策支援の方策：東アジア文化交流の観点から『放送委員会政策研究』2005 年 4 号 pp. 152-269／원용진 (2005) “한류방송의 지속적 교류를 위한 정책지원의 방안：동아시아 문화교류의 관점으로 부터,” 『방송위원회정책연구』 2005 년 4 호, pp. 152-269.

小倉紀蔵 [2006] 『『韓流』と『嫌韓流』に通底するもの』『軍縮問題資料』2006 年 5 月号 pp. 84-89

櫻坂英子 [2008] 「韓流と韓国・韓国人イメージ」『駿河台大学論叢』第 36 号 pp. 29-47

呉和静 [2001] 「韓国における日本の大衆文化開放に関する研究：日本の大衆文化開放はどのように成し遂げられたか」 翰林大学国際学大学院

カン・ウンソン [1998] “文化市場開放の経済的接近,” 『文化政策論総』第 9 集 pp. 57-70／강은선(1998)“문화시장개방의 경제적 접근,” 『문화정책논총』제 9 집, pp.57-70.

キム・ギュチャン [2012] 「文化コンテンツ産業の振興政策の時期別特性と成果：1974 年から 2011 年の文化予算の分析を中心として」 ソウル大学校大学院／김규찬(2012) “문화콘텐츠산업 진흥정책의 시기별 특성과 성과：1974~2011 문화예산 분석을 중심으로,” 서울대학교 대학원.

キム・グァンソク [2007] 「韓国民族と民族主義の性格に関する研究——2002『ワールドカップ』と『韓流』の事例を中心として」 西江大学校大学院／김광석(2007) “한국 민족과

민족주의의 성격에 관한 연구——2002‘월드컵’과‘한류’의 사례를 중심으로,”서강대학교 대학원.

キム・サンベ [2007] 「韓流の魅力と東アジア文化ネットワーク」『世界政治 7』第 8 集 1 号 pp. 192-233／김상배(2007)“한류의 매력과 동아시아 문화 네트워크,”『세계정치 7』 제 8 집 1 호, pp.192-233.

キム・ジョングム [2000] 「日本大衆文化の開放を前後とした言論の報道形態の分析」江原大学校情報科学大学院／김정금(2002)“일본대중문화의 개방을 전후한 언론의 보도형태 분석,”강원대학교 정보과학대학원.

金水正 [2007] 「日本社会の『韓流』の地位に関する研究——インターネット，新聞，テレビ報道を中心として——」全南大学校大学院／金水正(2007)“일본사회의 ‘한류’위상에 관한 연구——인터넷, 신문, TV 보도를 중심으로——,”전남대학교 대학원.

キム・ソンス [2010] 「グローバルな観点からみた韓流に対する再評価」『人文コンテンツ』第 18 号 pp. 313-335／김성수(2010)“글로벌적 관점에서 본 한류에 대한 재평가,”『인문콘텐츠』 제 18 호, pp.313-335.

———— [2012] 「グローバル文化コンテンツの企画と研究展望の考察」韓国外国語大学校大学院／————(2012)“글로벌 문화콘텐츠 기획과 연구 전망 고찰,”한국외국어대학교 대학원.

キム・ソンヒ [2008] 「東北アジアにおける安全保障の力学の構図における変化と韓国の対応——主要 4 強の東北アジア政策及び韓国の外交戦略——」高麗大学校政策大学院／김선희(2008)“동북아 안보역학 구도의 변화와 한국의 대응——주요 4 강 의 동북아 정책 및 한국의 외교 전략——,”고려대학교 정책대학원.

金成玟 [2008] 『『禁止』と『目ディア』——1970 年代韓国社会における『日本大衆文化禁止』と『新聞・放送』』『マス・コミュニケーション研究』72 号 pp. 79-96

キム・チェファン [2009] 「『韓流』ドラマ-『イルド』受容者の視聴行態と相手国に対する認識の変化」『日本近代学研究』第 23 集 pp. 169-189／김채환(2009) “‘韓流’ 드라마-‘일드’受容자의 시청行態와 相對國에 대한 認識의 變化,”『일본근대학연구』 제 23 집, pp.169-189.

キム・チャンス [2009] 「文化公共性の概念に基づいた政権別文化産業政策の比較研究——映画や文化コンテンツ政策を中心として」 漢陽大学校大学院／김창수(2009) “문화공공성 개념에 입각한 정권별 문화산업정책 비교연구——영화와 문화콘텐츠 정책을 중심으로,” 한양대학교 대학원.

金泰憲 [2007] 「ASEAN の経験と東アジア共同体形成の議論に関する研究」 朝鮮大学校大学院／金泰憲(2007) “ASEAN 의 經驗과 동아시아 共同體 形成 論議에 관한 研究,” 조선대학교 대학원.

キム・ピルグック [2006] 「東アジア文化交流の発展方策——『2006 東アジア週間』行事を中心に——」 東国大学校文化芸術大学院／김필국(2006) “동아시아 문화교류의 발전 방안——<2006 동아시아주간>행사를 중심으로——,” 동국대학교 문화예술대학원.

キム・ヘヨン [2006] 「韓国新聞の韓流に関する言説に対する研究——『朝鮮日報』, 『東亜日報』, 『ハンギョレ新聞』の新聞記事の質的テキストの分析を中心に」 高麗大学校大学院／김해영(2006) “한국 신문의 한류 담론에 관한 연구——조선일보, 동아일보, 한겨레의 신문 기사의 질적 텍스트 분석을 중심으로,” 고려대학교 대학원.

キム・ホンシク [2006] 「韓流文化政策に対するシステム思考の適用」 『韓国システムダイナミックス研究』第7巻第1号 pp. 173-212／김현식(2006) “한류문화정책에 대한 시스템사고의 적용,” 『한국시스템다이나믹스연구』 제7권 제1호, pp.173-212.

キム・ミソン [2010] 「日本大衆文化に対する好感度と認識度に関する研究——公州地域の成人を中心に——」 公州大学校大学院／김미선(2010) “일본대중문화에 대한 선호도와 인식도에 관한 연구——공주지역 성인을 중심으로——,” 공주대학교 대학원.

金延熙 [2006] 「韓流と中国の他文化受容——儒家思想とリアリズムの視覚から——」 国民大学校大学院／金延熙(2006) “한류와 중국의 타문화 수용——유가사상과 리얼리즘의 시각에서——,” 국민대학교 대학원.

キム・ユギョン [2007] 「国家ブランドの個性の次元に関する研究」 『広告研究』通巻第75号 pp. 89-119／김유경(2007) “국가브랜드의 개성의 차원에 관한 연구,” 『광고연구』 통권 제75호, pp.89-119.

金榮誼 [2011] 「在日同胞社会の協力と葛藤に関する研究——『民団』と『総連』の関係を 中心として——」 高麗大学校大学院／金榮誼(2011) “재일동포사회의 협력과 갈등에

관한 연구——민단·총련 관계를 중심으로——,”고려대학교 대학원.

吉賢珍[2009]「韓流現象と談論に関する研究——中国の韓流を中心として——」仁川大学校大学院／길현진(2009)“韓流 현상과 담론에 관한 연구——중국의 韓流를 중심으로——,”인천대학교 대학원.

權珍姬 [1996]「韓・日国交正常化に対する反対運動と朴正熙政府の対応様式に関する分析」利花女子大学校大学院／權珍姬(1996)“韓・日 國交正常化 反對運動과 朴正熙政府의 對應樣式에 관한 分析,”이화여자대학교 대학원.

ゴ・ギルヒ [2007]「日本の『韓流』と『嫌韓流』でみた韓日関係——『多元化ナショナルリズム』を模索しながら——」『日本近代学研究』第 17 集 pp. 77-92／고길희(2007)“일본의 ‘한류’와 ‘혐한류’로 본 한일관계——‘다원화 내셔널리즘’을 모색하며——,”『일본근대학연구』제 17 집, pp.77-92.

—— [2008]「『韓流』と『嫌韓流』からみた日本の若者の変化」『日本近代学研究』第 19 集 pp. 201-214／고길희(2008)“‘한류’와 ‘혐한류’로 본 일본의 젊은이들의 변화,”『일본근대학연구』제 19 집, pp.201-214.

小針進, 渡邊聡 [2003]「韓国大学生における日本の大衆文化への接触と対日態度」『現代韓国朝鮮研究』第 3 号 pp. 10-18

小針進, 曹圭哲 [2007]「日韓関係と『統制不可能』な眺めあいの構造」『国際関係・比較文化研究』第 6 巻第 1 号 pp. 157-172

シン・ユンファン [2002]「東アジアの韓流現象：比較分析と評価」『東亜研究』第 42 巻 pp. 5-34／신윤환(2002)“동아시아의 한류현상 : 비교분석과 평가,”『동아연구』제 42 권, pp.5-34.

ジ・サンドク [2011]「国家ブランドイメージの向上方策に関する研究」建国大学校経営大学院／지상덕(2011)“국가브랜드 이미지 제고 방안에 관한 연구,”건국대학교 경영대학원.

ジョハン・ヘジョン [2002]「東/西洋アイデンティティーの解体と再構成：グローバルな地殻変動の兆候として読み取る『韓流熱風』」『韓国文化人類学』第 35 集 1 号 pp. 3-40／조한혜정(2002)“동/서양 정체성의 해체와 재구성 : 글로벌 지각 변동의 징후로

읽는 ‘한류열풍’,”『한국문화인류학』 제 35 집 1 호, pp.3-40.

ジョン・ジェホ [2002] 「韓国民族主義と反日」『政治批評』通巻 2 号 pp. 128-148
／전재호(2002)“한국 민족주의와 반일,”『정치비평』통권 2 호, pp.128-148.

ジョン・スヨン [2009] 「熱性韓流ファンを通じてみた韓流の意味及び韓日関係への眺望：日本の女性を中心として」『メディア，ジェンダー&文化』第 11 号 pp. 75-166
／정수영(2009)“열성 한류 팬을 통해 본 한류의 의미 및 한일관계 전망：일본 여성을 중심으로,”『미디어, 젠더 & 문화』제 11 호, pp.75-166.

ジョン・ヨンムック [2006] 「日本のネチズン世界に現れた『対韓観』の研究」世明大学
校教育大学院／정용묵(2006)“日本 네티즌 세계에 나타난 「對韓觀」研究,”세명대학교
교육대학원.

ジュ・ヨンギョン [2010] 「東アジア文化共同体の形成のための芸術交流政策——祝祭と
ビエンナーレを中心として——」東国大学校文化芸術大学院／주연경(2010)“동아시아
문화공동체 형성을 위한 예술교류정책 연구——축제와 비엔날레를 중심으로——,”
동국대학교 문화예술대학원.

ジン・ミンギョン [2007] 「韓国ドラマの中国内受容に関する研究——韓流現象と
『大長今』の事例を中心として——」聖公会大学校文化大学院／진민경(2007) “한국
드라마의 중국 내 수용에 관한 연구——한류 현상과 대장금의 사례를 중심으로——,”
성공회대학교 문화대학원.

成始烈 [2005] 「日本大衆文化に対する認識の差の研究——大田地域の中学生と学父兄を
中心に——」韓南大学校教育大学院／成始烈(2005)“일본 대중문화에 대한 인식차 연구
——대전지역 중학생과 학부모를 중심으로——,”한남대학교 교육대학원.

ソン・スンヘ [2009] 「学術論文のメタ分析を通じて見た韓流 10 年：研究傾向とその
政策的含義に対する探索的研究」『言論と社会』2009 年（冬）17 卷 4 号 pp. 122-153/
손승혜(2009)“학술논문의 메타분석을 통해 본 한류 10 년：연구경향과 그 정책적
함의에 대한 탐색적 연구,”『언론과 사회』2009 년(겨울)17 권 4 호, pp.122-153.

ソン・ジェホ [2008] 「第 5 共和国における韓日関係」東西大学校大学院 /송재호
(2008)“第 5 共和國에 있어서의 韓日關係,”동서대학교 대학원.

ソン・ソンヨン [2011] 「主要国家の国家ブランド政策の比較研究」 亜洲大学校公共政策大学院／송선영(2011)“주요 국가의 국가브랜드 정책 비교 연구,” 아주대학교 공공정책 대학원.

ソン・ドウビン [1977] 「日本新聞における韓国関係報道の実態」『アジア公論』第 6 巻第 12 号 (通巻 63 号) pp. 42-67

ソン・ドヨン [2006] 「韓国大衆文化の形成過程と韓流文化の談論」『談論 201』第 9 巻第 4 号 pp. 35-74／송도영(2006)“한국 대중문화의 혼성적 형성과정과 한류문화 담론,” 『담론 201』 제 9 권 제 4 호, pp.35-74.

俵木はるみ [2002] 「2001 年度の教科書問題をめぐる韓日の歴史認識に関する考察」 翰林大学校国際学大学院

チアオ・チュンエン [2011] 「中国の韓流に対する態度及び展望に関する理論的研究——ドラマを中心として——」 漢陽大学校国際学大学院／치아오 춘옌(2011)“중국의 한류에 대한 태도 및 전망에 관한 이론적 연구——드라마 중심으로——,” 한양대학교 국제학 대학원.

チェ・グシク [2006] 「『韓流』と韓国の『ソフト・パワー』 国家戦略の推進方策に関する研究」 京畿大学校政治専門大学／최구식(2006)“‘한류’와 한국의 ‘소프트 파워’ 국가전략 추진방안에 관한 연구,” 경기대학교 정치전문대학원.

チェ・ソンヘ [2011] 「韓国文化コンテンツ産業政策に対する談論の研究」 中央大学校大学院／최선헌(2011)“한국 문화콘텐츠산업 정책 담론 연구,” 중앙대학교 대학원.

チェ・ヘリム [2011] 「日本のアイデンティティーと韓流——日本大衆の自我認識と他者表象を中心として——」 延世大学校大学院／최혜림(2011)“일본의 정체성과 한류——일본 대중들의 자아인식과 타자표상을 중심으로——,” 연세대학교 대학원.

チャン・ヨンゴル [2010] 「日本大衆文化の受容と韓国メディアの文化観の変化に関する考察」『日本語教育研究』第 51 集 pp. 223-238／장용걸(2010)“일본대중문화 수용 과정에서 나타난 한국 미디어의 문화관의 변화에 관한 고찰,” 『일본어교육연구』 제 51 집, pp.223-238.

丁貴連 [2006] 「『韓流』『嫌韓流』そして『韓流』」 アジア遊学『世界のコリアン』92 号 pp.

ハ・ジョンウォン, ヤン・ウンギョン [2002] 「東アジアテレビの地域化と韓流」『放送研究』通巻第 55 号 pp. 67-103/하종원 양은경(2002)“동아시아 텔레비전의 지역화와 한류,”『방송연구』통권 제 55 호, pp.67-103.

長谷川典子 [2005] 「テレビドラマ『冬のソナタ』の受容研究——日韓コミュニケーションの時点から——」『多文化関係学』第 2 号 pp. 15-30

長谷川由起子 [2007] 「日本の韓流——韓流が残したもの——」『韓国言語文化学』第 4 巻第 1 号 pp. 189-204

原尻英樹 [2006] 「『嫌韓流』にみる日本定住コリアンのイメージ」アジア遊学『世界のコリアン』92 号 pp. 10-19

ハン・ウンギョン, 박・스نب [2005] 「韓流のブランド資産に関する研究」『広告研究』第 68 号 pp. 229-255/한은경, 박승배(2005)“한류 브랜드 자산에 관한 연구,”『광고연구』제 68 호, pp.229-255.

ハン・スンジュ [2006] 「世界化時代の Public Diplomacy」『公共外交と韓国国際交流財団』韓国国際交流財団/한승주(2006)“세계화 시대의 Public Diplomacy,”『공공외교와 한국국제교류재단』한국국제교류재단.

パク・ギルスン [2004] 「中国のストリートファッションに表れる韓流現象の分析」『韓国生活科学会誌』第 13 巻 6 号 pp. 967-983/박길순(2004)“중국의 스트리트 패션에 나타난 한류현상 분석,”『한국생활과학회지』제 13 권 6 호, pp.967-983.

パク・スギョン [2010] 「韓流の国際取引」利花女子大学校大学院/박수경(2010)“한류의 국제거래,”이화여자대학교 대학원.

朴順愛 [2002b] 「韓国人の日本大衆文化受容態度——調査研究を中心として——」『日本学報』第 53 集 pp. 609-620

パク・デハン [2004] 「韓流を通じた中国人観光客の誘致戦略」『観光情報研究』第 18 号 pp. 129-148/박대한(2004)“한류를 통한 중국인 관광객의 유치전략,”『관광정보연구』제 18 호, pp.129-148.

朴裕子 [2010] 「韓・日両国人の相互認知度研究——イメージ変遷の要因と言語行動の観点から——」 韓国外語大学校大学院

ファン・ヘギョン [2009] 「日本社会の韓流による韓国人と在日コリアンに対する認識の変化」 『日本文化学報』 第42巻 pp. 267-290／황혜경(2009)“일본사회에서의 한류열풍으로 인한 한국인과 재일코리안에 대한 인식변화,” 『일본문화학보』 제42권 pp.267-290.

베・จู만 [2008] 「韓・日大衆文化産業の相互進出戦略に関する比較研究」 仁荷大学校国際物流通商大学院／배주만(2008)“한・일 대중문화산업의 상호진출전략에 관한 비교연구,” 인하대학교 국제물류통상대학원.

三矢恵子 [2004] 「世論調査からみた『冬ソナ』現象——『冬のソナタ』に関する世論調査から——」 『放送研究と調査』 2004年12号 pp. 12-25

ヤン・ジンヨン [2010] 「文化産業を通して国家競争力を引き上げる方策の研究——文化原型の活用を中心として——」 慶熙大学校経営大学院／양진영(2010)“문화 산업을 통한 국제경쟁력 제고 방안 연구——문화원형의 활용 중심으로——,” 경희대학교 경영대학원.

ヤン・チェリョン [2008] 「日本大衆文化の受容に関する研究——メディア文化の混種性と感情構造の概念を中心に——」 高麗大学校大学院／양채련(2008)“일본대중문화의 수용에 관한 연구 : 미디어 문화의 혼종성과 감정구조 개념을 중심으로,” 고려대학교 대학원.

ユ・ジェウン [2007] 「韓国 TV ドラマの視聴が制作国のイメージに及ぼす影響：中国と日本視聴者を対象として」 『広報学研究』 第11-2号 pp. 128-156／유재웅(2007)“한국 TV 드라마 시청이 제작국 이미지에 미치는 영향 : 중국과 일본 시청자를 대상으로,” 『홍보학 연구』 제11-2호, pp.128-156.

ユ・ジェギョン [2005] 「東北アジア地域における韓国プログラム交流の現況と意味に関する研究」 『プログラム／テキスト』 第13巻 pp. 97-124／유재경(2005)“동북아시아 지역에서의 한국 프로그램의 교류 현황과 의미에 관한 연구,” 『프로그램/텍스트』 제13권, pp.97-124.

ユン・ギョンウォン, ナ・ミス [2005] 日本の青少年の韓国大衆文化受容と文化的アイデンティティー 『韓国放送学報』 通巻第19-1号 pp. 7-46／윤경원, 나미수(2005)“일본 청소년

년들의 한국 대중문화 수용과 문화적 정체성,”『한국방송학보』 통권 제 19-1 호, pp.7-46.

リュウ・シジョ [2004] 「韓国憲法上の民族国家の原理」『公法学研究』第 5 卷 1 号 pp. 121-143/류시조(2004)“한국 헌법상의 민족국가의 원리,”『공법학연구』 제 5 권 1 호, pp.121-143.

喻暢 [2009] 「東北アジア共同体形成の妨害要因と解決方策に関する研究——韓・中・日 3 か国の認識の差異を中心に——」韓國外國語大學校大學院/喻暢(2009)“동북아 공동체 형성의 저해 요인과 해결 방안에 관한 연구——한중일 3 국의 인식차이를 중심으로——,”한국외국어대학교 대학원.

ワン・ゲン [2009] 「中国のソフト・パワー戦略と韓・中関係——文化を中心として——」慶北大學校大學院/왕 경(2009)“중국의 소프트 파워 전략과 한중관계——문화를 중심으로——,”경북대학교 대학원.

3 機関発行報告書

映画振興委員会政策研究チーム [2007] 「2006 年韓国映画産業決算」韓国映画振興委員会/영화진흥위원회 정책연구팀(2007) 「2006 년 한국영화산업 결산」영화진흥위원회.

映画振興委員会映画政策センター [2010] 「2009 年韓国映画産業決算」韓国映画振興委員会 영화진흥위원회 영화정책센터(2010) 「2009 년 한국영화산업 결산」 영화진흥위원회.

韓国インターネット情報センター [2010] 「2009 国家情報化白書」韓国インターネット振興院/한국인터넷 정보센터(2010) 「2009 국가정보화백서」한국인터넷진흥원.

韓国コンテンツ振興院 [2006] 「2006 文化産業統計報告書」韓国コンテンツ振興院/한국콘텐츠진흥원(2006) 「2006 문화산업통계 보고서」한국콘텐츠진흥원.

———— [2011] 「2010 年コンテンツ産業統計」韓国コンテンツ振興院/————(2011) 「2010 콘텐츠 산업통계」한국콘텐츠진흥원.

———— [2012] 「2011 年コンテンツ産業統計」韓国コンテンツ振興院/————(2012) 「2011 콘텐츠 산업통계」한국콘텐츠진흥원.

韓国文化観光研究院 [2003] 「東北アジア文化交流の活性化のための文化政策に関する研究」 韓国文化観光研究院／한국문화관광연구원(2003) 「동북아 문화교류의 활성화를 위한 문화정책에 관한 연구」 한국문화관광연구원.

———— [2005a] 「韓流に関する研究課題の開発のための基礎調査」 韓国文化観光研究院／————(2005a) 「한류 연구과제 개발을 위한 기초조사」 한국문화관광연구원.

———— [2005b] 「日本の韓流消費者の研究——韓流マニアと一般消費者の消費行態を中心として——」 韓国文化観光研究院／————(2005b) 「일본 한류 소비자 연구——한류 마니아와 일반 소비자의 소비행태를 중심으로——」 한국문화관광연구원.

———— [2011] 「新韓流を活用したインバウンド観光政策の方向」 『基本研究』 2011・38号, 韓国文化観光研究院／————(2011) 「신한류를 활용한 인바운드 관광정책 방향」 『기초연구』 2011・38호, 한국문화관광연구원.

外交通商部 [2001] 「2000 外交白書」 外交通商部／외교통상부(2001) 「2000 외교백서」 외교통상부.

———— [2003] 「2003 外交白書」 外交通商部／————(2003) 「2003 외교백서」 외교통상부.

国家ブランド経営研究所 [2003] 「文化を通じた国家ブランド価値の向上戦略報告書」 文化体育観光部／국가브랜드 경영연구소(2003) 「문화를 통한 국가 브랜드가치 제고 전략 보고서」 문화체육관광부.

サムスン 経済研究所 [2005] 「韓流の持続と企業の活用方法」 『CEO Information』 第 503 号 pp. 1-21／삼성경제연구소(2005) “한류의 지속과 기업의 활용방안,” 『CEO Information』 제 503 호 pp.1-21.

財団法人韓国放送映像産業振興院 [2008] 「韓流の持続的発展のための総合調査研究」 国際文化産業交流財団／재단법인 한국방송영상산업진흥원(2008) 「한류의 지속적 발전을 위한 종합조사연구」 국제문화산업교류재단.

大韓商工会議所 [2005] 「韓流熱風の実体と企業の戦略的活用方法」 大韓商工会議所／대한상공회의소(2005) 「한류열풍의 실체와 기업의 전략적 활용방안」 대한상공회의소.

———— [2006] 「経済的な観点からみた韓流の『虚』と『実』」大韓商工会議所
／「경제적 관점에서 본 한류의 허(虛)와 실(實)」대한상공회의소.

文化体育観光部 [1997] 「1997 文化産業白書」文化体育観光部／문화체육관광부(1997)
「1997 문화산업백서」문화체육관광부.

———— [2002] 「2001 文化産業白書」文化体育観光部／————(2002) 「2001 문화
산업백서」문화체육관광부.

———— [2004] 「2003 文化政策白書」文化体育観光部／————(2004) 「2003 문화
정책백서」문화체육관광부.

———— [2005] 「2004 文化産業白書」文化体育観光部／————(2005) 「2004 문화
산업백서」문화체육관광부.

———— [2006a] 「2005 文化産業白書」文化体育観光部／————(2006a) 「2005 문화
산업백서」문화체육관광부.

———— [2006b] 「2005 文化政策白書」文化体育観光部／————(2006b) 「2005 문화
정책백서」문화체육관광부.

———— [2007] 「2006 文化産業白書」文化体育観光部／————(2007) 「2006 문화
산업백서」문화체육관광부.

———— [2008] 「2007 文化産業統計——2006 年基準」文化体育観光部／————(2008)
「2007 문화산업통계——2006 년기준」문화체육관광부.

———— [2009] 「2009 コンテンツ産業統計——2008 年基準」文化体育観光部／
————(2009) 「2009 문화산업통계——2008 년기준」문화체육관광부.

———— [2012] 「2011 콘텐츠産業白書」文化体育観光部／————(2012) 「2011
콘텐츠 산업백서」문화체육관광부.

4 電子資料 (日付は最後のアクセス)

American Marketing Association 「Resource Library」 (2011 年 10 月 2 日アクセス)
<http://www.marketingpower.com/ResourceLibrary/Pages/default.aspx>

国家ブランド委員会「報道資料」／국가브랜드위원회「보도자료」(2011年10月20日アクセス)

http://www.koreabrand.net/gokr/kr/pcnb/gokr_pcnb_news_list.do

社団法人外国映画輸入配給協会／外画概況(2011年10月3日アクセス)

<http://www.gaihai.jp/cituation.htm>

第一生命経済研究所「ニュースリリース」(2011年12月21日アクセス)

http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/news_index.html

大韓貿易投資振興公社「情報センター」／대한무역투자진흥공사「정보센터」(2011年11月24日アクセス)

<http://www.kotra.or.kr/wps/portal/dknew/kcxml/>

斗山百科事典「doopedia」／두산백과사전「doopedia」(2012年2月25日アクセス)

<http://www.doopedia.co.kr/>

内閣府「外交に関する世論調査」(2011年9月25日アクセス)

<http://www8.cao.go.jp/survey/index-gai.html>

韓国インターネット振興院「KISA 資料室」／한국 인터넷진흥원「KISA 자료실」(2011年11月11日アクセス)

<http://www.kisa.or.kr/public/library/reportList.jsp>

韓国観光公社「観光知識情報システム」／한국관광공사「관광지식정보시스템」(2011年11月21日アクセス)

<http://stat.tour.go.kr/ptour1/index.do>

韓国言論振興財団「記事統合検索 KINDS」／한국언론진흥재단「기사통합검색 KINDS」(2012年5月10日アクセス)

<http://www.kinds.or.kr/>

韓国コンテンツ振興院「報道資料」／한국콘텐츠진흥원「보도자료」(2012年1月30日アクセス)

<http://www.kocca.kr/notice/report/bindex.html>

文化体育観光部「情報・研究資料」／문화체육관광부「정보・연구자료」(2012年1月19日アクセス)

<http://www.mcst.go.kr/web/dataCourt/research/researchList.jsp?pType2=01>

民族問題研究所「研究所の紹介」／민족문제연구소「연구소 소개」(2012年2月22日アクセス)

<http://www.minjok.or.kr/kimson/home/minjok/index.php>

5 ほか、新聞及び雑誌記事

記事の出典は本文や注のみに表記。

6 インタビュー調査(筆者によるインタビュー)

X(氏) [2011]「日本の韓流現象と日本社会の対韓認識について」ICレコーダー90分

—— [2012]「韓流ビジネスにおける日韓摩擦の影響について」ICレコーダー90分

金泳徳 [2011]「韓国政府の韓流に対する政策について」ICレコーダー100分

7 初出一覧

本稿の章を構成する論文の初出は以下のとおりである。

ただし、これらは各章の内容の一部であり、また本論に入れるにあたり、多くの箇所を修正した。

第一章及び第二章「反韓と反日——嫌韓流からみえてくるも——」『社会学論集』第16号 [2010-9] pp. 132-147

第二章及び第三章「ネット上の日韓文化交流——韓国社会における『日本大衆文化』の受容を中心に——」『社会学論集』第18号 [2011-9] pp. 204-219

第五章「韓流展開における日本市場の意義——日本市場を眺める韓国メディアの眼差しを中心として——」『ソシオサイエンス』第18号 [2012-3] pp. 129-144

8 別添

8.1 質問紙日本語版

8.2 質問紙韓国語版

8.3 質問紙韓国語版和訳本

別添（質問紙）

日本語版

韓国語版

韓国語版（和訳本）

問4まで終わりましたら問12へ進んでください。

問5) あなたが接した韓流コンテンツはどのような種類でしたか(複数選択可)。

①映画(劇場・テレビ放映・DVDなど)

②ドラマ他放送番組

③大衆音楽

④書籍(漫画を含む)

⑤その他—簡単にお書きください ()

問6) あなたは韓流に接したとき、それが韓国のものだということを意識しましたか。

①かなり意識した

②韓国産ということくらいは意識した

③全く気にしなかった

④その他—簡単にお書きください ()

問7) あなたは今後も韓流を消費する意向がありますか。

①是非とも楽しみたい

②機会があれば接したい

③特に興味はない、分からない

④あまり接したくない

問7まで終わりましたら問11へ進んでください。

問8) あなたの最も好む韓流のジャンルはどのようなものですか(複数選択可)。

①映画(劇場・テレビ放映・DVDなど)

②ドラマ他放送番組

③大衆音楽

④書籍(漫画を含む)

⑤その他—簡単にお書きください ()

問9) あなたが韓流に接する頻度はどの程度ですか。

①月1～3回

②週1回くらい

③週2～4回

④ほぼ毎日

問10) あなたは韓流の影響から、韓国旅行に行ったことがありますか。

①行ったことはない

②1回ある

③2回以上ある

④韓国に行ったことはあるが、韓流とは関係ない

問10まで終わりましたら問11へ進んでください。

問11は、問1で②と③を選んだ方に共通する設問です(問1で①を選んだ方はお答えになる必要はありません)。

問11) 日韓両国間の政治摩擦はあなたの韓流消費に影響しますか。

①影響はない(消費する)

②多少影響する(消費が減らすこともある)

③おおいに影響する(消費をやめる)

④分からない

問11まで終わりましたら問12へ進んでください。

問12からは全回答者共通の設問です。韓流に接していない方もお答えください。

問12) あなたは「韓流」という名称に対してどう思いますか。

①良いと思う

②悪くは思わない

③違和感を感じる

④名称はどうでもいい

問13) あなたは近年の日本における韓流ブームに対してどう思いますか。

①多様な文化が楽しめてよい

②良くも悪くもない

③あまりにもありふれて飽きてしまった

④最初から気に入らなかった

- ※14) あなたは日本メディアの韓流関連報道に対してどう思いますか。
 ①事実を伝えていると思う ②少々大げさに宣伝している
 ③だいぶ大げさで違和感を感じる ④興味がない

※15) あなたは最近の「韓流に反対するデモ」や嫌韓言説などに対してどう思いますか。
 またその理由をお答えください。

- ①同意する ②多少同意できるところもある ③同意できない ④興味がない、分からない
 理由 ()

※16) あなたは周りに知り合いの韓国人(在日コリアンを含む)がいますか。

- ①いる ②いない

※17) 近年の日韓関係は20～30年前と比べどう変化したと思われますか。

- ①良くなった ②悪くなった ③変化はない ④分からない

※18) あなたは日韓の政治摩擦(歴史認識、領有権、教科書問題など)に関してどう思いますか。

- ①韓国側に問題が多い ②日本側に問題が多い
 ③両方の問題だ ④興味がない

※問19からは、左側の文章に対するあなたの認識を、韓流ブーム(主に2004年の「冬ソナ」ブームを指します)以前・以後に分けて、最も近い項目に○を付けてください。

	区分	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない
※19) 韓国という国には距離感を感じる	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					
※20) 韓国は「反日」社会だと思う	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					
※21) 韓国は色々な面で日本より遅れていると思う	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					
※22) 周りに韓国人(在日コリアンを含む)がいたら親しくなりたいと思う	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					
※23) 韓国の文化や歴史などに興味がある	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					
※24) 日韓関係・外交問題に対する興味がある	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					
※25) 歴史問題に関して日本は真摯に対応すべきだと思う	韓流ブーム以前					
	韓流ブーム以後					

※問26からは、左側の文章を読んで、右側の最も近い項目に○を付けてください。

	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	思わない
※26) 韓流は韓国政府が支援した結果だと思う					
※27) 全般的に日本社会は韓流に好意的だと思う					
※28) 韓流は今後も日本社会で続いていくと思う					
※29) 日本の韓流ブームにより、韓国社会の対日感情も良くなると思う					
※30) 韓流は日韓関係に肯定的に作用すると思う					

設問は以上で終わりです。お忙しいところご協力頂き、誠にありがとうございました。

1) 일본문화에 접하고 난 뒤 일본이라는 나라 및 일본인에 대한 인식에 변화가 있었습니까?

- 1) 긍정적으로 변화했다 2) 부정적으로 변화했다 3) 거의 변화가 없다

2) 한일 외교마찰(역사문제 등)이 당신의 일본 대중문화 소비에 영향을 끼칩니까?

- 1) 크게 영향을 끼친다 2) 다소 영향을 끼친다
3) 영향을 끼치지 않는다 4) 잘 모르겠다

* 7)까지 회답하셨으면 이어 8)부터 회답해 주십시오.

* 8)부터는 공통 설문입니다. 1)번의 회답결과와 상관없이 모두 회답해 주십시오.

1) 당신은 일본 대중문화가 한국사회에 미치는 영향에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 긍정적인 영향을 미친다 2) 부정적인 영향을 미친다
3) 그저 소비문화일 뿐 별로 영향은 없다 4) 관심이 없다

2) 1998년부터 시행되고 있는 일본대중문화 공식개방에 대한 당신의 평가는?

- 1) 매우 긍정적 2) 다소 긍정적 3) 어느 쪽도 아님 4) 다소 부정적 5) 매우 부정적

3) 일본사회의 전반적인 수준(경제수준, 의식수준, 문화수준 등)에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 한국보다 뛰어나다 2) 한국과 비슷하다
3) 한국보다 못하다 4) 잘 모르겠다

4) 당신의 일본에 대한 평소 이미지는 어떻습니까?

- 1) 긍정적인 편이다 2) 부정적인 편이다
3) 어느 쪽도 아니다 4) 관심이 없다

5) 20~30년 전의 과거와 비교하여 현재의 한일관계에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 긍정적으로 평가한다 2) 부정적이다
3) 어느 쪽도 아니다 4) 관심이 없다

6) 역사문제 등을 둘러싼 한일 외교마찰에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 한국측에 문제가 있다 2) 일본측에 문제가 있다
3) 양측에 문제가 있다 4) 관심이 없다

7) 당신은 해외에서 일고 있는 한류현상에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 긍정적인 편이다 2) 부정적인 편이다
3) 어느 쪽도 아니다 4) 관심이 없다

8) 당신이 중요하게 생각하는 한류의 영향력은 무엇입니까? (복수선택가능, 복수선택시 우선순위를 적어 주세요)

- 1) 경제적 수익의 창출 2) 정치/외교적 수단
3) 문화적 우월성의 고양 4) 기타 - 간단히 적어 주세요 :
5) 관심이 없다

9) 당신은 한류라는 명칭에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 긍정적이다 2) 부정적이다 3) 명칭은 아무래도 상관없다 4) 관심이 없다

10) 당신은 최근의 한류 관련 보도에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 한국사회의 자긍심을 고양시킨다 2) 사실을 있는 그대로 전달할 뿐이다
3) 다소 과장된 보도에 반감을 느낀다 4) 관심이 없다

11) 당신이 한류 현상에 관심을 가지기 시작한 것은 언제부터입니까?

- 1) 최초 중국에서 한류 현상이 시작되었을 때부터
2) 겨울연가의 히트로 일본에서 붐이 일어났을 때부터
3) 최근 유럽을 비롯, 아시아 뿐 아니라 세계적으로 한류가 확대되면서
4) 관심이 없다

9) 당신은 일본의 한류 붐에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ①한국의 이미지가 제고되는 좋은 기회다 ②경제적 이익을 획득하는 좋은 기회다
 ③그저 대중문화의 소비현상일 뿐이다 ④관심이 없다

10) 한류가 향후 한일관계에 긍정적으로 작용할 경우, 당신은 어느 쪽에 더 큰 기대를 가집니까?

- ①정치적 관점(재일교포 차별문제, 역사문제 등 한일관계의 개선)
 ②경제적 관점(부가가치의 증대, 국내문화산업의 활성화 등)
 ③기타 - 간단히 적어 주세요 :
 ④관심이 없다

*** 다음 문장을 읽고 그에 따른 가장 타당한 답변에 체크해 주십시오.**

	매우 긍정	약간 동의	어느쪽 도아님	약간 부정	매우 부정
1) 나는 해외의 한류현상에 대해 자긍심을 가진다					
2) 한국사회의 한류에 대한 기대는 지나치다고 생각한다					
3) 한류(한국의 대중문화)는 일본 대중문화보다 뛰어나다					
4) 일본시장은 한류 전개에 있어 특별히 중요하다고 생각한다					
5) 헝한류는 일본의 한류 전개에 크게 영향을 끼친다					
6) 일본의 한류 붐으로 인해 나의 일본에 대한 인식도 긍정적으로 변화했다					
7) 일본사회의 한류는 앞으로도 지속될 것이다					
8) 일본사회는 전체적으로 한류에 대해 긍정적으로 여겨진다					
9) 한일 관계에 한류가 긍정적 영향을 미치고 있다					
10) 향후 한일관계는 긍정적으로 전개될 것이다					

*** 설문은 이상으로 끝입니다.**

협조해 주신 여러분께 깊은 감사의 말씀을 올립니다.

い) 日本の大衆文化に接した後、日本や日本人に対する認識に変化がありましたか?

- ①肯定的に変化した ②否定的に変化した ③ほぼ変化がない

ロ) 日韓外交摩擦（歴史問題など）があなたの日本の大衆文化の消費に影響を及ぼしますか?

- ①大いに影響する（消費をやめる） ②やや影響する
③影響はない（消費を続ける） ④わからない

*** 7)まで終わりましたら続いて8)から回答してください**

*** 8)からは全回答者共通の設問です。1)の回答結果と関係なく皆回答してください。**

い) あなたは日本の大衆文化が韓国社会に及ぼす影響に対してどう思いますか?

- ①肯定的に影響する ②否定的に影響する
③ただの消費文化で、影響はない ④興味がない

ロ) 1998年から施行されている日本の大衆文化の公式開放に対するあなたの評価は?

- ①肯定的 ②やや肯定的 ③どちらでもない ④やや否定的 ⑤否定的

0) 日本社会の全般的な水準（経済・文化・国民意識など）についてどう思いますか?

- ①韓国より優れている ②韓国と同様の水準だ
③韓国より劣る ④わからない

1) 普段、あなたの日本に対するイメージはどうですか?

- ①肯定的である ②否定的である
③変化はない ④興味がない

2) 20～30年前の過去と比べ、現在の日韓関係をどう思いますか?

- ①良くなった ②悪くなった
③どちらでもない ④興味がない

3) 歴史問題などをめぐる日韓外国摩擦についてどう思いますか?

- ①韓国側に問題が多い ②日本側に問題が多い
③両方の問題だ ④興味がない

4) あなたは、海外における韓流現象に対してどう思いますか?

- ①良いと思う ②あまり良くないと思う
③どちらでもない ④興味がない

5) あなたがもっとも重要に思う韓流の機能は?（複数選択可能、その場合優先順位を書いてください）

- ①経済的受益の創出 ②政治・外交手段としての活用
③文化的優越性の高揚 ④ほか一簡単に書いてください：
⑤興味がない

6) あなたは「韓流」という名称に対してどう思いますか?

- ①良いと思う ②良くないと思う ③名称はどうでもいい ④興味がない

7) あなたは最近の韓流関連報道に対してどう思いますか?

- ①韓国社会の自負心を高揚する ②事実を伝えていると思う
③だいぶ大げさで違和感を感じる ④興味がない

8) あなたが韓流現象に関心を持ち始めたのはいつからですか?

- ①初めに中国で韓流現象がはじまったときから
②「冬のソナタ」のヒットにより日本でブームが起こったときから
③最近、ヨーロッパなど、アジアを越え、世界に拡大してから
④興味がない

19) あなたは日本における韓流ブームに対してどう思いますか?

- ①韓国のイメージを引き上げるよい機会だと思う ②経済的利益が獲得できる機会だと思う
③ただの大衆文化の消費現象にすぎない ④興味がない

20) 今後、韓流が日韓関係に肯定的に作用する場合、どのような点がもっとも期待されると思いますか?

- ①政治的な面（在日コリアンの差別問題や歴史問題など、日韓関係の改善）
②経済的な面（付加価値の増大、国内文化産業の活性化など）
③ほか一簡単に書いてください：
④興味がない

* 次の文章を読んで、右側の最も近い項目に○を付けてください。

	そう 思う	やや そう 思う	どちら でも ない	あまり 思わな い	思わ ない
1) 私は海外の韓流現象に自負心を感じる					
2) 韓国社会は韓流に対する期待が高すぎると思う					
3) 韓流（韓国大衆文化）は日本大衆文化より優れていると思う					
4) 日本市場は韓流の展開において特別に重要だと思う					
5) 嫌韓流は日本の韓流展開に大いに影響すると思う					
6) 日本の韓流ブームにより、私の対日認識も肯定的に変化した					
7) 日本社会の韓流はこれからも続くと思う					
8) 日本社会は全般的に韓流に対して肯定的であると思う					
9) 日韓関係に韓流が肯定的にはたらくと思う					
10) 今後の日韓関係は肯定的な方向へ向かうと思う					

* 設問は以上で終わりです。

ご協力頂き誠にありがとうございました。