

〈第5報告〉

日本における韓国大衆文化の受容に関する研究

——韓流の現状と効果

黄 正媛

私の論題は、日本における韓国大衆文化の受容に関する研究で、今日本で流行っている韓流について研究しようと思っています。韓流というのは、韓国大衆文化の総称用語で、主にドラマや、大衆音楽、映画を通じて紹介されている人気芸能人と大衆文化に関する関心、選好、社会、文化的現象を表現する言葉として使われています。これは今、単純な大衆文化の段階を越えて、飲食、ファッション、スポーツなどの生活様式全般の選り好みに拡大されています。今まで韓国は西洋、日本、香港などの大衆文化を一方向的に消費、模倣、踏襲してきましたが、それを越えて文化の輸出国として位相を変化させ、文化産業の重要性、文化のイメージの極大化を通じて、韓国商品の海外への進出に文化が及ぼす影響を、もう一度言い聞かせる契機になったというところに韓流の重要な意味があります。

最初は中国から始まった韓流が、今は台湾、香港、ベトナム、タイなどを越えて、日本にも起こっています。それは2003年、NHKで放送された「冬のソナタ」が韓流の風を起こしながら高い経済効果をもたらしました。このドラマはNHKに4億4千万ウォンで輸出されましたが、それが現地でドラマのOSTが80万枚以上、DVDセットは30万枚以上が売れるという実績をあげて、その純粋制作費20億ウォンの約13倍の260億ウォンの売り上げを記録しました。それは2004年の発表ですが、このドラマの人気は主演俳優たちの他の作品の流出、歌手兼俳優たちとOSTの音盤制作に参加した歌手たちの日本への進出、ドラマと俳優に関する文庫出版などへと

次々につながっていきました。現在は日本のどこへ行っても書店で韓国の芸能人に関する雑誌がたやすく見られます。進歩的な朝日新聞の週刊誌AERAでさえも、2004年4月から、ペ・ヨンジュンに関する内容を何回かにわたって扱っているのです。

ドラマから始まった韓流は、大衆音楽、映画、出版などの、他の大衆文化へ関心の拡大をもたらし、さらに、それを越えて韓国語の講座、飲食、ファッションに関する関心、観光にまで、次々とつながっているようです。韓流は経済的な効果以外にも、国家のイメージを向上すること、文化産業の進出のため架け橋を作ることなどに高い意味があると思っています。当初、一部には、日本での韓流は単純なブームに過ぎない、とする意見もあったし、今はもう韓流は死んでしまったという意見もありますが、現在も韓流は、マニア層を形成しながら存在しています。今、「ロンド」というドラマで、チェ・ジウ以外の韓国俳優が演じているように、韓国芸能人の日本のドラマや、CMの出演は、日本語の音盤活動など、日本の会社との協力を通じた韓流の発展という動きも見られます。

韓流の継続的な発展のためには、日本社会の韓流の現象をきちんと把握する必要があると思います。日本社会の中における韓国大衆文化の現状を分析し、その影響を通じて、韓流がもたらす社会的、経済的な効果と、韓国と韓国文化に対する意識変化を研究し、韓流が進む方向を模索するのがこの研究の目的です。

◇ 質疑応答

司会：韓流ブームの日本からいらっしゃった皆さんの意見などどうぞ。

フロアー（お茶）：韓流という言葉がちよっとよく分からなかったのですが、自分のイメージでは、最初に言われたようにドラマとか音楽とか、そういう文化に関

することだと思っていて、それが飲食、スポーツまで含めた流行を韓流というのでしょうか？韓流というのは、比較的年齢層の高い方に広がっている流行と思っていたのですが。

報告者：おっしゃった通り、日本での韓流は、30代以上の

中年層中心でありますけれども、それは以前の、中国とか、台湾、香港とは違う、ある特徴だと思っています。

フロアー（お茶）：中国から始まったというのは、初めて聞いたのですけれど、そのときのブームは今も続いているんですか？

報告者：あると思います。

フロアー（お茶）：中国、香港、ベトナム、タイで、日本は最後だったんですか？

報告者：はい。

フロアー（お茶）：中国での韓流の受容層というのは、日本での30代限定というのではなくて、ドラマも、若い人が見たり？

報告者：そう。30代以上中心で受容するのは、日本だけの特徴だと思います。

フロアー（お茶）：女性、男性の限定というのは？日本だと女性だけですけれども。中国だと男女問わずですか？

報告者：もちろん女性中心ですけれど、30代以上というのは...

フロアー（お茶）：私は中国人ですが（笑）、さっき言った通り私もそう思います、中国から始まった。実は私、韓流のファンでずっと韓国のドラマが大好きです。中国は日本とちょっと違います。日本では中年の女の人、韓流を強く感じる事が出来ます。中国はやっぱ女性を中心として若い人、という感じがあります。韓国のドラマや音楽を、みんながやはり感じています。韓国のファッション、化粧品、そういうものが若い人の中で一番人気があります。そういう韓流は、中国で今、少なくなってきていると思います。今、日本ですごく流行っていますけれど、だんだん下がる可能性もあると思います。それは中国での韓流の過程を見ていて思います。

フロアー（お茶）：中国でも韓流の始まりというのはドラマがきっかけなんですか？

報告者：最初はドラマです。ドラマと音楽。

フロアー（お茶）：中国では、食べ物などにも広がっていますか？

フロアー（お茶）：中国は、少数民族の中で朝鮮民族がありますので、韓国の料理は特別の感じがないと思います。私は北の方ですので（韓国と）近いですから。南の方はどういう感じか、中国は結構広いのですのでどうか分からないですが、北の方では（韓国の食べ物）特別な感じはないです。皆、結構好きですけど。日本の韓流とはそういう食べ物の差があります。

フロアー（淑明）：韓流という言葉は、最初中国で作られた。

報告者：そうですね。

フロアー（淑明）：これからのもう少し具体的な研究の計画、方向性というのは今の段階ではどうですか？たとえば世代の問題もあるでしょうし、色々観点があると思いますけれども、今の段階で考えている、もう少し具体的な分析の方向性というのはありますか？

報告者：まだないです。研究しながら。

司会：社会学的なところから？本当にホットな話題なので、

社会的な観点からは結構出ている可能性はありますけれども。たとえば、雑誌のコラムなど、日本では少し古びたドラマがどうしてこんなに受けるのかを皆知りたい。そのブームは一時的なもので終わるのではなく、なぜか結構再生産されていて何年も続いているんですね。特に、日本の男性はそれをものすごく不思議に思っている。そういう観点からのコラムも面白おかしく書いているものが結構雑誌などがあります。韓国の雑誌もありますし、最近では普通の雑誌でも、そのようなコラムが載っているように私は感じます。けれども。学問的な論文としてはないかもしれませんが、雑誌などを調べると、どのように見ているのか、見ようとしているのかという傾向は捉えられるのではないかと思います。

フロアー（お茶）：私は、全然ドラマとかを見ていません。多分ドラマを見てしまうと夢中になってしまうので大学院を辞めてしまおうと（笑）、そういう危険があるのであえて封鎖しているのですけれども、色々まわりの人が語っている話を聞くことがあります。消費している年代層が先ほど30代以上という話がありましたが、そういう人たちに韓国ドラマのどういうところがいいのかと聞くと「懐かしい」と答えるんですね。自分たちが若かった頃に日本のよく似たドラマを見ていて、ときめいた時代を持っている人たちがその世代なんですね。ご存じでしょうか、例えば山口百恵さんという女優さんがいたのですが、彼女が演じていたドラマであるとか、日本では、毎朝15分間のドラマを放送しているのですけれど、そこで大変人気を博したドラマとすごく通じるものがある。それで、どこか懐かしいにおいがする、香りがするというので、自分のその頃の記憶、思い出とオーバーラップさせているようです。どの世代が反応しているのかということの一つの理由です。よろしければ、昔のドラマの話でしたら、あとでお話し致します。

司会：ノスタルジアですね。

フロアー（淑明）：私が面白いと思ったのは、特に日本でヒットするドラマのほとんどは、韓国の実態とはちょっと違う。本当とはちょっと違う。差があります。でもそういうドラマがヒットするので、それを見て韓国はそういうものだと思った人たちが、実際の韓国を体験して失望するという、そんな可能性はないかと私はちょっと思っているのですが、それはどうでしょうか。このようなものによって起こる問題は韓流の限界というものに左右されるほかないでしょうね。

報告者：その部分が今、日本に輸出されるドラマが何年も前のものなんですね。だから今の中年層だけにヒットするのは当然じゃないかと思っています。今の若い人たちの口に合わないものじゃないですか。だから、それが韓流がもっと広く受けることを止めているようなところではないかと思っています。

フロアー（淑明）：やっぱりある程度重要なのはジェンダー的な部分でしょうね。世代の問題もあるでしょうけれど、さっき言ったように男性がほとんど反応しないところに、なぜ女性が反応しているのかというのは重要

な部分で、それはもうちょっと分析してみないと。ジェンダー的な意味で、これはもうはっきりした状況として出てきていますので、重要なのではないのでしょうか。

司会：今、「冬のソナタ」などの内容が現実とは違うという話がありましたが、私は韓国人なので個人的によく「韓国は（現実も）そうなんですか？」と言われます。「うーん、そうではない」と答えます。私たちから見れば、私たちのおばさんくらいの人が高校生だったとか、そういうときの内容ですよ、それが流行ったのは、時代へのノスタルジーというか、自分ががむしゃらに受験や就職などに追われて、結婚して、そのときの日常生活の中で忙しくしているところにそういうドラマが出てきて、自分たちの青春に対するノスタルジアというか、それをオーバーラップしてというのが、韓国でのブームになった理由だと思いますね。若い世代とは違う、内容的にそういうものが流行る。それがまた日本に渡ったときにも、日本でも高度経済成長期で経済的に大変な激動の時代を一生懸命過ごしてきた、特に男性は外に出て働いていたけれど、さっき先生がジェンダー的な意味を、とおっしゃったんですけども、それを支えるためにどれだけ女性が支えたかという。その中で「自分」というものが、恋愛が語られますけれども、すごく封じていた部分だと思いますね。それが「冬のソナタ」の内容とマッチしたような気がするんですよ。だからそういうところからの観点もあるのではないかと思います。

フロアー（淑明）：いいですか？ 変な質問になると思うのですが、東アジアにとっての韓流というものは、いいものでしょうか。どう思いますか？ ……これからそういう論じ方が出ると思うんです、私は。いいものですか？ 悪いものですか？ 私たち韓国人はこれはいいいものだと思います。今思っているでしょう？ 食べ物とか大衆音楽とか、それに限られる、そういう問題ではないんですよ。いわゆるグローバリゼーションとナショナリズムとか、色々な問題が含まれている現象だと思うんです。パッと見ると東アジアにとって韓流というものは、結局いい評価なのか？ ちょっと不安になりますね。不安感と言いますか。そういうものも考えた上でこういうテーマを検討すべきではないかと、そういう気がします。ただ今は、韓国ではそうだと思うんですが、これはお金儲けになるんですよ。いわゆる芸能人のお金がたくさん、会社も。それだけは都合のいい事なんです、それがさっきちょっと申し上げたように東アジアの人々と国にとっては、どうなるのか

という不安がある。

フロアー（お茶）：同じことになるかもしれませんが、日本側から見たらどうだということかもしれないのですが、大衆文化受容の一つの例として韓流ブームがあるのか、韓国に対する関心とは全く別に韓流ブームというものがあるのか、つまり韓流ブームの先に韓国に対する理解、それがつながっているのかどうかというところは、今の日本のブームを見ている限りでは、ちょっと否定的にならざるを得ないと思うんですね。だから、それがファッションや韓国文化やスポーツにまで広がるのかどうかということは、かなり疑問です。それは男性に広がっていないということがかなり大きな要素になるのではないかと思います。そういう意味では、やはり一過性というか一時期だけのものであって、ある部分が過ぎ去れば、また他の地域の流行が起きてそちらの方に行ってしまう。10年前位にすごい香港ブームというのがありましたけれども、それがやはり女性中心に起っていて、世代的に言うとやはり30代中心で、その矛先が今、韓国の方に向いている。そういう意味では、非常に移り気なというか、刹那的なのという失礼になってしまうかもしれませんが、アジアの中で非常に面白いことがあると気づき出したということは、それはいいことだと思うのですが、それが韓国の理解とか香港の理解につながるのかということになると疑問を持たざるを得ない。今先生がおっしゃったことを日本側から分析して見ると、それを韓国の方でどういうふうに理解するかというのはかなり大きな問題です。あまり韓国、韓国という意識がないということはどう分析するか。

フロアー（淑明）：私は日本に留学したのですが、日本人はキムチが好きながいますよね。あるいはキムチが嫌いだという人も。私は韓流も同じだと思います。「冬のソナタ」とかね。日本人と話をしてみると、ある側は本当に好き、良い、というのに、ある側は無関心なんです。それが、さっき私が言った問題につながると思う。キムチというものは、今の日本では市民権を得たと思うんですが、韓流というのは市民権を得たのか。結局キムチが市民権を得たのはキムチが美味しいからなんです。一般性を持っているからキムチがそうだったんです。韓流はそういうキムチのようなものになるのかどうか。どうでしょうか。普遍性、一般性、という感覚でこの韓流というものを、それは韓国のためにも、お金を儲けるためにも、そういう研究、分析というものがいいのではないかと思います。