

ポピュラー文化による「東アジア地域」の発見とその多義性

——パンク・ロックというグローバルな文化産業を例に——

高原 基彰

「パンク」は、「ロック」の下位に位置付けられる、音楽を核としたサブカルチャーのひとつである。本稿は、パンクというグローバルな文化のローカル化が、東アジアという地域に対する新たな意味づけと連動していることを指摘する。

既存の東アジア文化交流に関する議論は、ポピュラー文化が国のイメージ改善に役立つとする「ソフトパワー」論に偏っている。本稿は、ポピュラー音楽を貫く「趣味」という差異と、産業的なエージェントの意図という、これまで無視されてきた着眼点から行われた現地調査の結果を報告する。そこから、近年の東アジアが、アメリカのヘゲモニーを媒介としつつ、「自国とアジア」という枠組みでは捉えきれない多元的かつ相互的な地域概念としてポピュラー文化の中に立ち現れつつあることを示す。

1 東アジア内文化交通の増加と多極化： 「ソフトパワー」論を超えて

近年の日韓文化交流の急速な盛り上がり、および中国における「韓流」と通称される韓国文化ブームの勃興により、東アジア内の文化交通には大きな変動が起きている。近年の韓国は、自国文化商品の国外市場の開拓を、国家の文化政策のひとつに置いている⁽¹⁾。その主な開拓先に日本と中国を見出しつつあることで、韓国は日韓中の文化交通のハブ的な場所になった。かつては日本のポピュラー文化の流行という文脈で語られることの多かったアジアの文化交通には、日本に加え韓国、そして香港・台湾の映画やポップスと、複数の発信者が現れている。

こうして東アジアのポピュラー文化交流が多極化しつつ進展していることは、どのように解釈されるだろうか。シンクレアらによるテレビ番組の輸出入の分析によれば、英語圏からテレビ番組が他の地域に一方通行的に流布していくという文化帝国主義的な説明に対し、実際にはむしろ「文化的近似性」を持つ地域内のコミュニケーション、とりわけ南米におけるブラジル、アラブ世界におけるエジプトなど「地域センター」からの輸出入が、英語圏からのそれよりも増大している (Sinclair et al 1992)。東アジアにおける日本文化・韓国文化のプレゼンスの増大も、こうした地域化＝リージョナライゼーションの進行の一例として捉えることができるのだろうか。

東アジアにおける地域的コミュニケーション

を語る時、その土台を形成する権力構造が、華夷秩序、日本の植民地主義、アメリカのヘゲモニーの三層構造をなしている（馬場 2003）ことを思い起こすことが出発点となるだろう。文明論的な華夷秩序という問題をひとまず横に置くとしても、アメリカとの二国間関係を離れた地域内のつながりが、常に日本の植民地主義の問題を呼び起こすという「アジアを語るジレンマ」（孫 2002）が存在する。

岩淵は、ポピュラー文化というフィールドに現れるこのジレンマを先駆的に問題化した。彼によれば、90年代における冷戦構造の終焉とアジア諸国の経済発展の中で、日本に一種の「アジア回帰」の動きが発生した。その中で、アジアと日本の「文化的近似性」が、日本が西洋文化をアジアでもっともよく「土着化」したという「モデル認識」へと横すべりし、「内にして超」という近代日本のオリエンタリズム的なアジア認識が再生産されていった（岩淵 2001）。

岩淵の議論を追認するように、アジアにおける日本文化の人気の高まりは、日本の地域覇権主義の再来を期待する言説を多く生み出している。例えば田所昌幸は、成熟した豊かな社会としての日本はアジアの周辺国にとって「魅力ある将来像」であり、歴史の遺恨という問題があるにも関わらず日本文化の人気の高いことがその証左であると述べる（田所 2003）。

アジアに浸透する日本発のポピュラー文化に、歴史の遺恨という面倒な問題の解決役を期待する田所の議論と、こうした言説に対する的確な批判を行った岩淵は、実はいくつかの論点を共有している。第一に、東アジアにおける地域的コミュニケーションの増大への積極的な評価である。岩淵の議論の骨子は、「文化的近似性」を元にしたアジアの共感が広がること自体を批

判しているのではなく、アジアの側から日本に寄せられる期待に対し、日本が覇権主義という誤った応答を返しているという点にあった。

第二に、日本がアジアの「地域センター」という特権的な位置にあるという前提である。両者の対立は、日本のポピュラー文化の溯求力にそれを求めるか、植民地の歴史にその起源を求めるかという軸にある。しかしこの対立軸では、近年、日本だけではなく韓国からも、自国文化のアジアでの影響力をことほぐ地域覇権主義的な議論が多く現れ始めたという動向は捉えられない。Baby V.O.X²を代表例として、中華圏で活動実績のあるアーティストは、韓国文化の国際化の象徴として賛美されている。

現在のアジアのポピュラー文化は、日本を中心に置く秩序としてではなく、複数の発信者が「地域センター」の位置を求めて争う場として立ち現れ始めている。そこでは、ある国のポピュラー文化の人気の高まることは自国のナショナル・イメージの改善につながると信じられており、そうしたイメージを利用して他国でさらなる市場開拓を行うことが目標となる。こうした形の「ソフトパワー」概念の安易な援用³は、ジャーナリズム的言説に広く見られるだけでなく、アジアの市場をねらう文化外交政策と、その支援を受けた文化産業の戦略として具現化している⁴。近年の動向を見るに、東アジアの文化交通を積極的に評価しつつその内部の不均衡を問題化するためには、それぞれの国が持つ「アジア観」の問題を取り上げるだけでは充分ではない。それと並行して、ポピュラー文化をナショナル리티の枠のみで区分し、それをナショナル・イメージの改善に利用できるとする、ポピュラー文化の社会工学的な利用可能性という観点そのものを問題の俎上に乗せる作業が必要となる。

韓国の文化政策の代表的な具体例として、韓国の政府機関の主催により日本や中国で行われる「韓国文化イベント」が挙げられる。2002年の「KOREA SUPER EXPO」⁶⁾では、韓国企業への投資呼びかけ、キムチなどの物産即売、そして韓国ポピュラー音楽の紹介が、韓国に関するものというだけで横並びに陳列されていた。

この会場では有名なヒップホップ・アーティストが公演を行っていたが、中高年を中心とした、おそらくヒップホップにまったく関心のない聴衆を前に披露されたライブには、どこかちぐはぐな印象が拭えない。ポピュラー音楽は「趣味 taste の文化」であり、どの音楽商品を受容するかという選択には「かっこよさ hipness」という価値基準が関わっている(Thornton 1996)からである。趣味の共有なきポピュラー文化が、受容者の関心を引くことは決してない。この点に対する認識の浅さが、ポピュラー文化の政治的な機能への過大評価を招いている。

ポピュラー音楽という本稿の対象を取り上げることが有意義なのは、国の名前による影響力の大小を計るという議論の枠組みに対し、その政治的意図の是非を問うというより、その前提をなしている社会工学的認識の相対化をもたらすことである。実際、本稿後段で取り上げる THE DESTROYERS (仮名) という韓国のパンク・ロックのバンドが、日本での CD 発売にともない 2001 年に行った東名阪ツアーは、インディーズ・ロック⁷⁾を扱う雑誌メディアを中心に宣伝が行われ、集まった客たちの多くは共演した日本のパンク・バンドたちのファン、つまり「韓国」ではなく「パンク」にアイデンティファイする人々だった。この事例からは、ある音楽商品を「〇〇国産」という差異だけで定位する枠組みの限界が浮かび上がる。

これはパンク・ロック、あるいは日韓関係に特有の問題ではなく、日本の大手レコード店の売り場でも、日本のパンク・ロックやヒップホップは「J-POP」と異なる棚に置かれている。何が「J-POP」で何がそうでないかという基準は流動的なものであり、特に 80 年代以後、個々のサブカルチャーへと細分化が進んだポピュラー音楽においては、純粋に「〇〇国産」と呼ぶことのできない音楽商品が増えている。

かようにポピュラー音楽はナショナルな枠組みだけで分析のできないものだが、むしろナショナルな差異を超越した「純粋な交流」を可能にするという訳でもない。むしろ、サブカルチャーというトランスナショナルな場の中で、個々のサブカルチャーが持つジャンルの価値志向と、ナショナルリティやアジア地域といったコードとが、いかなる形で節合されているのかを見る必要がある。

こうした関心のもと本稿では、2002 年から 3 年にかけて行われた日本・韓国・中国のパンクの文化生産者たちへのインタビューを、彼らが東アジアを活動場所として認識し始めたことに焦点を当てながら分析する⁸⁾。次節ではまず、東アジアにそれまでなかったパンク・サブカルチャーという場がこの地域に形成されてきた経緯を概観し、そこでのコミュニケーションを解釈する理論的モデルを提示してみたい。

2 東アジアへのパンク・ロックの流入： グローバルな文化産業という視点から

ポピュラー音楽をナショナル・イメージの改善と結び付ける枠組みが説明できないもうひとつの点は、自国の「クールさ」を証明するはずの音楽的スタイルが、ほぼ例外なく、日本や韓国で生まれたのではなく、グローバルな回路か

らそれぞれの場所に波及したものであることだ。

近年のポピュラー音楽における「韓流」の主力は、ヒップホップとR&Bという、アメリカの黒人音楽の韓国ヴァージョンである。韓国でこれらの音楽が人気を集め、優秀なアーティストを輩出しているのは、アメリカにおける黒人の歴史と、韓国という国の「恨」の歴史に共通性があるからだという議論もある(張 2003: 147)。しかしこの説明にしても、自国のクールさにアメリカ由来の要素が入り込んでいるというねじれを解きほぐすものではない。

個々のサブカルチャーは、東アジア内のそれぞれの場所に「土着化」されたものであり、音楽的レパートリーとしても価値志向としても均一ではない。しかし「起源」を同じくする文化としてゆるやかな同一性を持っている。岩淵の言う通り、「アメリカ文化が世界的に普及したことにより、グローバル文化システムの基礎とでも呼べる、様々な差異が調整される一連の文化フォーマットが生まれた。(中略)標準化を通して世界は多様化し、多様化を通して世界は標準化している」(岩淵 2002: 122)。東アジアでパンクが相互の関係を深めるとき、このパンクという「フォーマット」が媒介の機能を果たしている。

この「フォーマット」がソウルや北京に波及した契機は、「パンク・リヴァイヴァル」と呼ばれる1994年前後のブームに求められる。この時、アメリカ西海岸で数百人規模のクラブを中心に活動していたパンク・バンドたちが、相次いでアメリカのチャートの上位に食い込み、世界的な人気を博していった⁸⁾。これに少し先立つ「グランジ/オルタナティブ・ロック」という流行と合わせ、パンクはアジア諸国における90年代のメディア・グローバリゼーション⁹⁾の中で最初のコンテンツとなったサブカルチ

ャーである¹⁰⁾。

むろんこれらの背景には、「雁行型発展」などと呼ばれたアジアの急速な経済発展と、政治的な自由化の進展による、中間層の出現がある。また、日本だけが70年代後半の英米のオリジナル・パンク・ロックにリアルタイムで呼応できたのに対し、他のアジアにとって初めてのパンクが90年代の「リヴァイヴァル」だった背景にも、戦後東アジアの国際関係が色濃く影を落としている。こうした点を念頭に置きつつ、本稿は現在における文化の流れに焦点を当て、歴史的背景の詳述は別稿に譲ることとした。

では、パンクという「文化フォーマット」によってローカルティが連結されていくことにより、いかなるグローバルな秩序が立ちあがっていくのだろうか。ストローは、「シーン」という概念でその説明を試みている(Straw 1991→1997)。彼によれば、パンクを含むオルタナティブ・ロックは「音楽的コスモポリタニズム」である。シカゴやLAやデトロイトといった個々の街は、ローカルなシーンとして定立しつつも、それぞれ同一の音楽的アーカイヴを共有している。つまり、アメリカやカナダのさまざまな都市は、同一の歴史に連なる、上下の序列のない「ユニフォームな」場所として認識され、その集合がすなわち「オルタナティブ・ロック」となる。

ストローは音楽のスタイルについてのみ分析を行っているが、こうして各地のシーンに共有されるものとして、サブカルチャーの持つイデオロギーの存在も指摘する必要がある。80年代のサンフランシスコでパンク・ロックを実地に調査し、エスノグラフィーにまとめたジェームズ・ラルは、パンク文化の住人たちが、「自分たちは四角四面な(square)一般人とは違う」

という意識を持ち、同じ価値観を共有できる仲間＝コミュニティを持つことがパンク文化の基礎にあることを描き出している (Lull 2002)。彼らは、一般に人気のある音楽を拒否し、それを享受する一般大衆を「レコード会社の嘘に騙されている」と嘲笑する。また「一般人相手」と目されるテレビとラジオのほぼ全てに対する接触を拒否する。さらには、「金そのものにネガティブなイデオロギー的含意」(Lull 2002: 232)が付与されていると指摘されており、パンクのライブの多くは無料で行われている。商業的に成功したバンドは敵意の対象となり、こうしたコミュニティからは排撃の対象となる。かように、「メインストリーム」で売れている音楽に対する反感、パンク・バンドは「メインストリーム」に参画するべきではないという「反商業主義」、そしてこの価値観を共有する「コミュニティ」、などがパンク・イデオロギーの焦点とされている。

ソウルや北京、さらに東京においても、彼らの音楽的インスピレーションを提供しているのは、主にアメリカやイギリスのパンク・ロックである。アジア内での交流においても、演奏する音楽の共通性や、好きなバンドについて意見交換することは、音楽以外では互いに未知の部分が多いバンド同士の交流において重要なコミュニケーション・ツールになっている。また後で見ると、音楽的レパートリーの共通性と共に、商業化をめぐる対立関係もアジアの諸都市において共通している。英語でも日本語でも、パンクを扱う雑誌やホームページにおいてソウルや北京のパンク・シーンが紹介される機会も増えてきたが、そこでは同一の音楽とライフスタイルが共有されているはずだという、コスモポリタンの共感が暗黙の前提となっている。こうして、ソウルや北京におけるパンクの勃興は、

グローバル・パンク・シーンの一角への参入として捉えられる。

しかしラルやストローの議論がそのままでは援用できない理由も、こうした参入の過程にある。彼らの議論はアメリカとカナダの状況の分析から導き出されたものであるからだ。彼らのみならず、既存のサブカルチャー理論の多くはフィールドを英米においてきた。その英米では、60年代からメジャー音楽産業を離れた所で活動する小規模なインディペンデント・レコード会社が多く存在していた。既存のサブカルチャー研究が読み込んできた支配的価値への「抵抗」は、こうした歴史的な産業的インフラの存在を前提としている¹⁰⁾。そのため、ヒップホップやパンクといった文化実践がいかにして産業構造を立ち上げていくのかという点についての関心は薄かった。

これに対し本稿のフィールドとなるソウルや北京においては、こうした先行するインフラストラクチャーは存在しないか極めて脆弱であり、近年まさに立ち上がりつつあるものだ。大山が言うように、「消費文化としてのサブカルチャーは、小規模であっても内部で産業的活動がなければ、サブカルチャー自体の存在が不可能になる」(大山 2003: 285)。後段でも触れるように、サブカルチャーが存続するための産業的インフラストラクチャーの構築は、彼らの活動の存続を賭けた試金石となっている。

以下本稿ではパンクを、「趣味の文化」でありまたグローバルな背景を持つサブカルチャーとして捉え、東アジアへのその流入がいかなる地域的コミュニケーションをもたらしているかを現地調査の結果から分析してみたい。

第3節ではソウルの事例から、シーンとして定立したパンク・サブカルチャーの内部に「反商業主義」と「産業化」という活動理念上

の対立軸が存在することを指摘する。続く第4節で、日本と韓国のパンク・シーンの交流が、こうした対立を反映する形で、つまり理念を共有する層同士の間で乖離的に進んでいることを示す。第5節では、日本でも韓国でも「潜在的な巨大市場」としての中国への注目が高まっていること、そこにもパンクというサブカルチャー特有の事情が大きく作用していることを示す。これらを通し、「ソフトパワー」的な視点とは異なる形で、近年の東アジア地域内文化交流を解釈する視座についての展望を示す。

3 「シーン」への希求と、産業化をめぐるジレンマ：ソウルの事例

2002年に行われたソウルおよび北京における現地調査において、パンクのバンドやレコード会社、ライブの企画者といった人々の多くは、自分たちの活動の試金石を「シーン」の構築に置いていた（これは彼ら自身が自分たちの活動を指す言葉である）。先述のように、価値意識を共有するローカル・コミュニティとしての「シーン」は、パンクが持つイデオロギーのひとつであり、文脈によって国、都市などさまざまな単位で意識化される。またコミュニティの内部でも「シーン」は多様な意味付けを与えられている。ソウルと北京とでは、パンク・ロックが流入した経路も、その後の展開も、CD製作やライブ開催をめぐる法制度も大きく異なっているが、それぞれのシーンの概観や制度的側面については別稿に譲ることとし、そうした違いを超えて共有される「シーン」の意味を考える。

ここでは、冒頭に挙げた THE DESTROYERS の所属するソウルのインディーズ・レコード会社 SHINING Entertainment（仮名）のJ社長の語りを軸に、「シーン」概念の幅の広さ

を見てみたい。彼は、90年代半ばに韓国のインディーズが勃興した当初から活動を続け、SHININGをインディーズとしては最大手会社のひとつに育てあげた人物である。

J社長が「シーン」の必要性を説く時、それは何よりも「産業的インフラストラクチャー」という意味である。つまり、売れる音楽を作るバンドを育成し、パンク音楽のファンを増やし、ライブやCDによる収益やバンドへの給料支払いをフォーマルに制度化する、つまりコンテンツの充実や市場の開拓といった、ごく普通の「エンターテインメント産業」の基盤である。

この「パンク・シーン」は、国内のメジャー音楽産業に対置される。彼にとってメジャーは、おおむね「画一的」で無味乾燥な、いわゆる「芸能人」の世界であり、自分たちの真正な音楽活動の舞台とは見なされていない。かといって、音楽活動を続けるために、経済的基盤の確保は必要不可欠である。彼の理想は、メジャーへと完全には組み込まれることなく、インディーズとしての音楽活動を存続させていくことである。

インディーズの活動においては、無味乾燥な芸能界と異なり、聞き手とバンドの距離が近いとされている。パンクを聴いた若者がバンドを組んで次代の演奏者となり、それがまた新たな若者を呼び込んでいくことで、消費者と生産者が相互媒介的に増加し、「シーン」が成長するものとされる。そうすれば、その内部にいる人間が生活を保証されるのに十分な資本が流通するだろう。こうした形で、既存のメジャーとは異なる形で「パンクをビジネスにする」ための「シーン」こそ、彼が模索するものである。

彼がことさらに「産業」や「ビジネス」を強調するのは、パンク・シーンにおける「反商業主義」という重要な価値指標に、彼が完全

には同意していないという表明でもある。実際、韓国で数万枚の売り上げをあげる THE DESTROYERS を擁する SHINING は、パンク・シーン内部で、「反商業主義」に忠実であろうとする小規模なレコード会社やファンの一部から「商業的に過ぎる」という批判を浴びる存在である。しかし J 社長は、韓国の場合「反商業主義」を追求することは「まだ早い」と言う。

歴史もあり、ある程度以上既に大きくなったシーンでそういう批判が出てくるのは、おれにも分かる分かる、それ。でもさ、おれら貧乏でやっていける訳じゃないんだよね。(中略) これ、新しいファンにどんどん受けないとさ。¹²

実際、THE DESTROYERS は狭義のパンク・シーンを抜けて、韓国のメジャー・フィールドにおけるパンク出身アーティストとして活動している。それに伴い、初期の攻撃性あふれるサウンドは、いわばよりポップな方向性へとシフトした。不条理な社会慣習への怒りや、若者の自立を主なテーマとしていた歌詞も、より抽象的な人生の悲哀や喜びを歌うものへと大きく変化した。また活動方針としても、初期には依頼が来ても出演を断っていた TV に、現在は積極的に出演している。こうした変化は、以前より広範なファン層へのアピールを可能にしたが、彼らをパンクの枠内に留めたがる古いファンからは、激しい罵倒を浴びせられることとなった。

つまり、「主流文化」や「メジャー音楽」への違和感と、それに対置される「パンク」をソウルに根付かせることが必要だという意識は共有されているものの、そのために必要な「シーン」の有り様については、SHINING Records

のような大手インディーズ会社と、パンクに原理的なこだわりを持つ関係者との間に対立関係がある。

両者が国内の「シーン」に付与する意味合いの違いからは、韓国において、国内における産業としての充実を目指すことと、「反商業主義」を含めた英米のパンクをそのまま実践すること、いわば英米と地続きの場所としてのパンク・シーンに参加し続けることが、相反するものと考えられていることが分かる。実際、THE DESTROYERS のヴォーカリストは、パンク原理主義者をアメリカや日本のことを気にし過ぎだと批判する。「他の国のことはどうでもいいんだろ？自分が頑張れば」¹³。彼は他の国と共有できるパンク・ロックの音楽を作るのではなく、自国で受ける音楽を作ることへと重点をシフトさせたのであり、その決定はパンク・シーンからの離脱の決意をとまなう¹⁴。

THE DESTROYERS はギターが何度か入れ替わっているのだが、現在のメンバーはパンク原理主義的なバンドから引き抜かれた人物である。そのバンドを裏切ることにはできないと渋るギタリストに対し、ヴォーカリストは「お前の未来を考えると説得したという¹⁵。つまり彼は、英米のパンク・ロックを韓国でそのままやっていたのでは、いつまで経っても音楽活動から収入を得られるようにならないという説得の仕方です、このメンバーの獲得に成功したのである。

以上のように、ソウルのパンク・シーンでは、「反商業主義」というパンクの原理的な理念を重視する人々と、産業としての充実化を目指す人々の間に対立関係がある。この音楽活動上の理念における対立は、自分たちがどこで活動しているのかという地理認識の相違と連関している。前者は、世界中で均等かつ普遍的とされる

グローバルなパンク・シーンを活動の場と認識しているのに対し、後者は韓国のローカルな状況の中で、かつそこで収入を得るということを重視しながら活動している。次節ではこの相違を、それぞれが国外に進出する時の具体的な活動から述べてみたい。

4 「シーン」 同士の連携：ソウルと東京

ポピュラー文化のグローバリゼーションを論じる時にしばしば忘れられているのは、バンドが他の場所でライブ活動を行うにしろ、CDをリリースするにしろ、現地の会社と提携関係を結ぶことが必要であるという事実だ。国境を超えた活動に必要なこうした提携関係は、前節で見たような「主流文化」への違和感、および「シーン」内での位置取りと、密接に関係している。

パンクの枠内でも、ソウルと東京の間ではこうした提携関係が次々と結ばれている。J社長は、メジャー音楽産業と韓国の財団が準備する、国外での「韓国文化紹介イベント」などには参加しない。彼は2002年にこうしたイベントのひとつからTHE DESTROYERSの参加を求める誘いを受けたが、断っている。「バンド同士で小さく下からやった方が良いと思う（中略）。バンドのつながりがないと、韓日交流フェスティバルとか、ああいうのと同じになっちゃう」。本稿冒頭で述べた2001年の東名阪ツアーも、日本のあるインディーズ・レコード会社との提携のもとで行われたものである。

このことは、最近SHININGのCDを日本で取り扱うようになった日本のインディーズ・レコード会社、つまり日本での新しい受け入れ側にあたるMAYDAY Records（仮名）社長、A氏の語りを参照するとより明らかになる。A氏

は元々、2002年のサッカー・ワールドカップ前後の日本で喧伝された「韓国ブーム」にビジネスチャンスを見ていた。しかし実際はCDが思うように売れないという現状に対する不満を、A氏はこう表現する。

韓国文化のファンと、パンクのファンとがズレてるんですよ。K-POP⁹⁶のファンはパンクに興味ないし、パンクのファンは韓国に興味がない。（中略）韓国文化のブームみたいなもがあったんだけど（後略）。⁹⁷

彼の見込み違いからは、「韓国文化」の流入の活発化が、すなわち韓国パンクの認知度の高まりにはつながっていないことが分かる。メジャーの「K-POP」と、韓国のパンクとは、異なる流れをたどっている。

また、パンク同士のつながりが徐々に増えて行く中で、ローカル化された文化同士の結合が見られる。日本では、アメリカ音楽の直輸入ではなく日本のローカルティを強調する「日本語パンク」と呼ばれるスタイルが人気を集めている⁹⁸。THE DESTROYERSは、自分たちの音楽性がこの「日本語パンク」に近いという認識のもと、このブームを日本での活動を広げるチャンスと見ている。

ここでは、共にアメリカの音楽を「土着化」したものである日本と韓国のパンクの間で、アメリカを経由しない文化関係の萌芽が見られる。ヴォーカリストは、「僕はアジアのメロディに興味あるから、アメリカにはそんなに興味ない」⁹⁹と語っている。実際、THE DESTROYERSは「日本語パンク」の創始者と目されるあるバンドのトリビュート（カバー集）にも、唯一の非日本バンドとして参加した。日本でTHE DESTROYERSは「日本語パンク」

の文脈で宣伝されているし、来日した時のライブで共演するバンドもこの系列のものが多い。

こうした「日本語パンク」のバンドたちは、THE DESTROYERS と似て、日本では「反商業主義」志向の人々から批判されている存在である²⁰。ラルが描いたような「パンクの真正性」に忠実であろうとするバンドやレコード会社同士の提携は、こうした大手のインディーズ会社ともまた異なる流れを形成している。SCHC（仮名）という韓国のバンドが2002年7月に日本5ヶ所をツアーした時、会場はすべて200人規模のライブハウスであり、2000人規模の会場で行われる THE DESTROYERS などのライブとは、規模が大きく違う。また音楽性としても、より「ハードコア」なファン層を対象としたものである。この時の渡航費用などはすべて自分たちの負担で、途中で金なくなった彼らは公園での野宿も経験している²¹。

こうしたエピソードからは、彼らの日本でライブを行う目的が、経済的利益ではなく、「ハードコア」な音楽や「反商業主義」という理念の共有にあることがうかがわれる。彼らおよび日本の受け入れ側の念頭にあるのは、車一台で、各地の知り合いの家に泊まりながらライブ・ツアーを行うような、いわばラルが描いたような英米のパンク・シーンであり、日本や韓国というローカリティはさほど意識されていない。

こうして、メジャーではなく「パンク・シーン」同士、そしてその内部の象徴闘争次元における多層性を反映する形で、日韓の間における「シーン」の連結が進んでいる。

しかしこの連携は、必ずしも対等な関係ではない。SHINING 社長の J 氏は、「シーン」を根付かせるべく活動を続ける中、日本を韓国のインディーズの「モデル」と見ている。彼の認識における日本は、売れるバンド、潤沢な市場、

収益構造という、彼が「シーン」の構築のために頭を悩ませている問題が、すべて解決済みの場所である。

でも、時間が過ぎて、どんどんどんどんシーンも変わって行って、インディーズもビジネスになる時期が来たら、もちろんできると思うよ。日本みたいにさ。いろいろ（な音楽が）出たりするじゃん。（中略）今の韓国は、そういう所じゃないと思う。全然。それよりはさ、歴史もまだ短いし。そんなに、今は日本みたいに（できない）。

つまり J 社長にとって、「日本」はパンクを産業化すること、ビジネスにすることの理想化されたモデルになっている。しかしこの認識は、単純な日本への「憧れ」ではない。「反商業主義」が重視されるパンク文化を出自としながらも「ビジネス」を追求すること、および韓国国内でメジャーでも完全なアンダーグラウンドでもない大手インディーズとしての位置取りという、ふたつの文脈が交錯する地点で持たれているものだ。

かように、日本と韓国の間では、時に国家からの支援を受けつつ行われるメジャー同士の提携関係とは別に、パンクというサブカルチャーの交流が進んでいる。その内部には、国内での産業的充実を目指す大手インディーズと、パンクの音楽と理念の共有のみを目的に置く草の根レベルの交流という、二層構造がある。前者においては日本に対する先進意識という形の不均衡が見られたが、同時に「アジアのメロディ」という音楽的な共通点が意識されていた。

5 中国市場への眼差し、および中国からの発信

東京とソウルの間でパンク文化の生産者同士の連携が進んでいる中、中国に対しては「潜在的な巨大市場」という眼差しが持たれ始めている。この動きは、これまでの整理で言う、日本と韓国の大手インディーズの間で盛んである。メジャーと「反商業主義」の間という位置取りは、中国への眼差しとも相関する。

ソウルの THE DESTROYERS のヴォーカリストは、国外に進出するなら「まず第一に日本、次に中国」⁸⁰と述べている。その背景には、「アジアのメロディ」という彼の音楽志向と共に、ソウルで彼らのライバルと目されるバンドが、中国でのロック・フェスティバルに参加し、既にアルバムの中国発売を決定していたこともある。

しかし SHINING 内部では、こうしたバンド側の希望と、会社側の意向とは合致していない。SHINING 社長 J 氏は、中国市場の可能性を悲観視しており、THE DESTROYERS の希望には沿えないとしている。韓国メジャーの「ダンスポップ」には確かに中国で売れたものがあつたが、バンドとして行って成功した者は非常に少ない。

ほら最近何か、韓流つつって、いろいろ行くじゃん。ダンス（ポップ）とかさ。何かドレス着てさ。服脱いで踊ったりさ。（中略）

いろいろ（周囲から）情報をもらったんだけど、韓国で、中国のライブとか、アルバム出したりさ、やった奴らは、全然儲けてない。（逆に）使った。

パンクの「シーン」を作り、ビジネスにする苦勞を身に染みて感じている彼は、「歯ブラシと音楽は違う」ことをよく知っている。経済規模が拡大したからと言って、パンクの音楽のファン層がいるとは限らない。「（韓国から）中国持って行ったら、みんなこれに盛り上がるって考え」は間違いであり、「行く奴はバカだけ」と言い切っている。

また、日本の MAYDAY Records は、中国のパンクのアルバムをいくつか発売している。同社の北京支部長（社員はこの2人のみ）は15歳の頃から北京に移住している日本人であり、北京パンク・シーンの最初期からライブ企画などの仕事を行ってきた。この特別なコネクションを活かし、北京のバンドのアルバムを製作したり、日本の他の会社の所属バンドが行う北京ライブのサポートを行ったりしてきた。

しかし彼は、「世界中のレコード会社が中国に行っているけど、今は全部赤字です。将来を見越してやってるんです」と語る。自分は、現在の北京での活動はあくまでもアンダーグラウンドなものだとわきまえているのであり、日本のパンクを持って行けば中国で売れると考えるのは「中国をバカにし過ぎ」だし、「中国を何も分かっていない」のだ⁸¹。

今回取り上げたインフォーマントたちは、みずからが持つ中国についての情報や経験から中国進出を疑問視し、他の会社による中国進出計画に批判的な立場を取っている。このことは逆説的に、ソウルや東京のパンクにおいて、中国への進出を考える会社やバンドが彼らの周囲に増えてきたことを示すだろう。実際、先に述べた通り、ソウルからは THE DESTROYERS と並ぶパンク出身の人気バンドたちが、中国での活動を行うようになった。日本でも先頃、MAYDAY より大手のインディーズ・レ

コード会社が北京パンクを取り扱うことを決め、北京での仕事には強力な競争相手が出現した。MAYDAY 創設前の 98 年前後、彼が中国のバンドを扱ってくれる日本のレコード会社を探しても軒並み断られた時期と比べ、日本のパンク・シーンの中で、中国に対する関心は確実に高まっている。

ではなぜ、彼らは中国へと関心を寄せているのか。そこには国外市場への希求という要因が大きく関わっている。A 氏は、日本のインディーズの市場が、「供給過剰」の「どうしようもない飽和状態」にあると言う。しかし世界で最大の音楽市場であり、文化の「起源」として大きく意味付与されるアメリカに進出することは難しい⁹⁴。「今アメリカに行っても、ビジネスチャンスがないです。現地で意味のあることができないと、行く意味がありません」⁹⁵。

A 氏の語りは、韓国や中国へ向ける関心が、国内の市場が頭打ちで国外に市場を見出さざるを得ないという状況認識から来ていることを示唆する。その上で、地域内での市場開拓が進められる背景に、アメリカという市場に対するシビアな認識がドライブのひとつとして指摘できる。この文脈において、韓国と日本の間では市場交換の関係が模索され、不均衡性が残るとはいえある程度の成果をあげつつある。そして日本でも韓国でも、それぞれの文化商品を売り込むための「潜在的な巨大市場」としての中国が、大きな争点として浮上しつつある。いずれにせよ東アジア地域のつながりは、国内市場の不足を補う国外市場をもたらす可能性があるからこそ重要なのである。

中国が、発信者ではなく受動的な市場としてパンク・シーンに登場する背景には、日本や韓国において中国産の音楽に関心が薄い、つまり発信者として後進的だとする認識があることは

事実である。しかしそれだけではなく、中国側の生産者が、アジアに発信することに大きな関心を持っていないという理由もある。中国でのフィールド調査はまだ始まったばかりであり、まとまった報告ができるほどの情報は集まっていないが、ここでは、北京の文化生産者たちに日本を含むアジアに対する関心が薄く、海外での活動場所としてまずアメリカが意識されていることを指摘したい。

その背景には、第一に、中国へのパンクの流入が、欧米の留学生たちがハンドキャリーで持ち込んだ CD を発端としているため、情報源としても人的ネットワークとしても日本や韓国より欧米の方につながりが深いことがある。第二に、最初に日本、次に韓国から、HOT⁹⁶などアイドル・ポップ路線の歌手が流入したため、サブカルチャー的価値観からは日本や韓国の音楽が否定的な意味を付与されていることもある。

しかし最も重要な第三点は、彼らが国内での産業化をさほど意識していないことだ。中国では楽器を買ってバンドの世界に参入することのハードルが比較的高く、可処分所得の高い層の子弟がパンク・ロックに関わるが多いため、定職のないままにバンド活動をつなげられる可能性が高い（もちろん日本にも韓国にも類似の構造はあるが、中国におけるほど顕在的ではない）。また韓国では THE DESTROYERS などパンク出身のバンドがメジャー・フィールドでの活動を目指しつつあるが、北京においてそうした先例は今の所存在せず、パンク・バンドの活動はバンド自身の企画する自主的なライブが主となっている。

いわば、ラルの描いたアメリカのパンクがインディーズ音楽の社会的インフラを前提にしていたとすれば、ソウルや東京ではその欠如が強く意識されているのに対し、北京ではインフラ

への着目そのものが希薄である。つまり、国内でのレコード・セールスを上げ、産業化を推し進めることからの自由度が、相対的に高いのである。この状況において彼らは、アメリカを中心とするグローバルなサブカルチャーの秩序にのみアイデンティファイするという、サブカルチャー実践におけるある種の無垢さを保つことができている。

こうして北京のパンク・ロックの当事者たちは、韓国で見られたような「反商業主義」をめぐる葛藤から自由なまま、発信者としては欧米と地続きのグローバル・パンク・シーンの住人という意識を持っている。東アジア地域との関わりは、彼らからの発信というより、中国が日本と韓国から「潜在的な巨大市場」として見出されていることによる。しかしその市場も、サブカルチャー産業と「韓流」をことほぐ韓国のメジャー音楽産業とでは、異質なものである。

6 むすび：グローバル／ローカル化と東アジア地域

本稿は、東アジアにおける、パンク・ロックというサブカルチャーを通じたコミュニケーションを、実地調査に元づいて紹介してきた。その結果、90年代のメディア・グローバリゼーションという回路からそれぞれの都市にローカル化されたパンク・ロックは、グローバル／ローカルの二分法におさまらない、地域化＝リージョナライゼーションの様相を深めていることが見えてきた。

しかし、そこでのコミュニケーションは、ナショナリティの記号によって（のみ）グローバルに差異化される「支配的」文化、つまり「J-POP」や「K-POP」の交流とは異なる回路を流れていた。日本文化が国外に流れていくと

不可避的に「J」の記号へ、同様に韓国文化が国外に流れていくと「K」の記号へ回収されていくという見方は、ポピュラー音楽における「趣味の共有」という要因を無視している。

パンク・ロックの場合も「パンクの共有」が重要だったが、その内部も一枚岩ではなかった。パンク・ロックにおける東アジアという地域概念をめぐる対立軸は、ナショナル・イメージの問題よりもむしろ、世界的に均質・普遍的であるとされるパンクの音楽やイデオロギーを忠実に再現しようとする「音楽的コスモポリタニズム」による連帯感と、パンクの持つ「反商業主義」というイデオロギーから距離を取りつつ国内における産業化を目指す、というふたつの方向性にあった。前者は欧米と並列のグローバルなパンク・シーンの中に自分たちの活動を想定しているのに対し、アジアという地域を強く意識しているのは後者の一派だった。

これを整理すると、以下のように述べられるだろう。つまり、外来の「パンク・リヴァイヴァル」として流入したパンク・ロックは、国内の音楽市場での売り上げを追求し始めると、グローバルなパンク・シーンからの離脱を余儀なくされる。しかし経済的な利潤追求なしに音楽活動が続けることは困難であり、そのためにも国外市場を求めて活動場所を広げる必要がある。

サブカルチャー文化産業において、東アジアという地域概念は、こうしたジレンマを解決する方途、つまり国内とグローバルの中間に位置する「地域市場」として、積極的な意義を見出されつつある。この地域市場は、ある国が「地域センター」を目指すものというより、それぞれの国が地域内の他の国の文化商品の市場となるような、相互的、あるいは互恵的な関係として想定されている。この背景には、サブカルチャー活動には儲けが必要だというシビアな認識

があり、だからこそ東アジア地域により大きな意味づけを行うのは、単なる音楽や理念の共有ではなく産業的な充実を意識する一派の方だった。

こうした東アジア地域の文化交通は、地域内の「交流」としてだけではなく、アメリカという背景を考えないと理解できないものである。日本や韓国の文化産業が相互的な関係を結ぶ可能性を模索している背景には、アメリカを中心とするグローバルな音楽市場への進出が困難であるという認識がある。彼らの相手は、今の所アジアという括りにしか存在しないのだ。アメリカがヘゲモニーを握るグローバルな音楽市場から、日本や韓国のアクターが排除されるからこそ、地域内部での市場の拡充が目指される。つまり、アメリカのヘゲモニーは、地域内交流に向けたある種の逆説的なドライブを提供している。

この文脈における東アジアは、見ようによってはグローバルな音楽市場の中心たるアメリカに対する、敗者の共同体である。グローバルな音楽市場での産業化の断念という「敗北」の経験の共有によってこそ成立する関係性だからだ。

国外市場の模索から地域文化市場としての東アジアを見出す構図は、メジャーの音楽産業と国家の文化外交の意図にも共通して存在するはずだと思われる。しかしメジャーの活動においては、国の名前を看板に掲げた文化の市場争いという認識枠組みが強調されがちである。日本文化のアジアへの拡散に、日本の植民地主義の残滓を指摘するという批判の方向は、ここにおいて「ソフトパワー」枠組みの裏面からの補強となり、地域的コミュニケーションの持つその他の側面を視野から取りこぼしてしまう。これに対し、グローバルな背景を持つパンク・ロックというサブカルチャーの分析からは、近年の

東アジアにおけるポピュラー文化交通の増大を、相互性・互恵性を備えた地域文化市場として解釈する枠組みが提示された。

またパンク・ロックにおいては、市場だけではなく音楽における価値判断という側面からも、東アジアの地域化の萌芽が見られることを指摘できる。「日本語パンク」など、ナショナリティで区切られた諸ローカル文化は、アメリカ中心の音楽的アーカイヴとの対比からこそ浮かび上がるものである。「日本風のパンク」と「韓国風のパンク」はともに、アメリカ由来のパンク・ロックに対する違和感と、より現地に根付いた「等身大の」音楽表現の模索として立ち現れてくる。本稿ではそこに「アジアのメロディ」という共通項が見出され、また産業的な連携関係も深まりつつあることを指摘した。ここにも、「アメリカではない」ことを目指すという共通項、つまりアメリカという逆説的な媒介の存在がある。ここからは、岩淵が日本の覇権主義によって捻じ曲げられたとした「文化的近似性」の問題を、「日本とアジア」ではなく、「アメリカとローカリティと東アジア地域」という枠組みから、改めて組上に乗せることができるのではないだろうか。

アメリカの覇権と地域文化交通は二項対立なのではなく、後者の中にもアメリカの影響力がビルトインされている。このことの是非を問うよりも、こうしたアメリカのヘゲモニーを媒介としつつ、どの国がより多くの「憧れ」を獲得できるかというソフトパワー的な関心から離れた、域内の多元的かつ相互的な文化交通が可能となっている点を積極的に評価することで本稿の結びとしたい。

むろん、本稿でも指摘してきたように、その内部にもいろいろな不均衡が存在しているし、最大の市場と目される中国の今後の反応次

第では、東アジア音楽市場ははかない夢と消える可能性もある。当事者たちの認識をそのまま受け入れることは楽観的に過ぎるだろう。しかし、中国のパンクがより広範な層の若者を集めるにつれ、産業化の必要が認識されるようになり、同じ「敗北」の経験を共有するようになるという予想は、楽観的に過ぎるだろうか。

80年代のカリフォルニアで活躍したパンク・バンドたちをおさめた有名な写真集のタイトルは、『おれたちはもう捨てばちだ (We Are Desperate)』というものだった。「敗北」というパンクの重要なモチーフは、東アジアにおいて思わぬ副産物をもたらしつつあるのだ。

注

- (1) 具体的な活動は、「官民協同体系の民間パートナー」(『KMI』2000年号:3)としての諸財団に担われることが多く、「KOREA EXPO」をはじめ韓国文化を包括的に紹介するイベントや、韓国ミュージシャンが日本や中国で行う大規模なライブ・コンサートの企画・主催、および両国のミュージシャンを招聘し、韓国でライブ・コンサートを行う場を提供する事業などを行っている。韓国語・中国語・日本語・英語で発行されている小冊子『KMI (Korea Music Industry)』、韓国音楽産業振興財団 (KOPMI)、2000、および同第2号、2002などを参照。
- (2) 韓国の女性アイドル・グループ。中華圏における「韓流」の例としてしばしば言及される。2003年3月には韓国・日本・中国・台湾・タイ・ベトナムの6ヶ国で写真集を同時発売するなど、アジアをターゲットにする活動を活発に行っている。『HOT CHILI PAPER』第15号、pp. 82参照。
- (3) 「ソフトパワー」は元々コヘインとナイが提唱した概念で、強制力ではなく、人々の行動の「標

準」・「規範」を形成しそれに従わせるという、情報化がもたらす新たな権力の一類型を取り出したものである (Keohane&Nye 1998)。この概念はその後やや独り歩きし、すぐれたポピュラー文化や快適な国民生活様式などにより「自国への憧れや移住欲を刺激すること」という意味に矮小化されることが多い。本稿では概念的検討というよりも、後者の用法に見られる、ポピュラー文化をナショナリティの枠に囲い込む解釈枠組みを批判するためにこの言葉を使用している。

- (4) 他のアジア諸国がポピュラー文化産業に与える政策的保護を紹介し、日本は文化的な国家戦略が不足していると主張する『週刊東洋経済』2003年8月30日号「特集：日本のソフトビジネス」も参照。
- (5) 2002年6月19-23日、幕張メッセ国際展示場にて開催。主催は大韓貿易投資振興公社 (KOTRA)、NHK、朝日新聞社。後援は大韓民国産業資源省、経済産業省。言及したアーティストは Drunken Tiger。
- (6) インディーズとは「自主制作」すなわち「インディペンデント」の略称であり、既存の大手レコード会社 (メジャー) ではないレコード会社を意味する。とはいえ、メジャーとほぼ同等の売り上げを持つものから、アマチュアリズムの色彩の濃いものまで経営形態は多様である。また音楽製作がインディーズであっても流通をメジャー会社に委託しているケース、およびインディーズといっても実質的にはメジャーの子会社であるケースもあり、明確には区分できない (Negus 1998: 16-8)。「何がインディーズなのか」という定義は、後述する「何がパンクなのか」という点と同じく、客観的な基準ではなく活動の当事者たちの「真正性」をめぐる争いとしてこそ立ち現れてくる。
- (7) 筆者は2002年より、ソウルの弘大入口 (ホンデイク) という街に集中しているインディーズ・

- レコード会社の関係者、ミュージシャン、および音楽雑誌などメディア関係者へのインタビュー調査を行っている。北京でも2003年から同様のフィールドワークを始めた。
- (8) その中心となったのはグリーン・デイおよびオフスプリングというふたつのバンドだった。事後的に当時の両バンドの動きをまとめた『ROCKIN' ON』2001年5月号「特集：パンクは今」などを参照。
- (9) この時期、私企業メディアの解禁や、Star TVをはじめとしたアジア向け衛星放送の出現により、それまで制限の多かった国外からの情報がアジア各国にダイレクトで流入するようになった。岩淵(2001)、Sinclair et al (1996)、およびアジアプレス・インターナショナル(1993)などを参照。
- (10) 韓国のパンクのエスノグラフィーを書いたエプスタインは、ソウルにおけるパンクの発生を、西洋文化の露出の高まりと、政治的自由化の進展によるものとしている(Epstein 2002)。他にも、インドネシア(Baulch 2002)や香港(Ma 2002)をフィールドに、MTV ASIAの登場など新しいメディアの登場とローカルな文化変容との交錯点からパンク／オルタナティブ・ロックを考察する先行研究がある。
- (11) 本稿における「サブカルチャー」概念の定義は、大山(2003)にほぼ従っている。大山は、ロンドンのパンク・サブカルチャーに従属的な若者による「記号を用いた反抗」を読み取ったヘブディジ(Hebdige 1979 = 1986)の議論を、産業的活動ひいては消費文化的性格を無視していると批判し、サブカルチャーを「産業的アクターとそれを消費する側との間にある程度の合意が形成されることによって」立ち上がるものと定義している。より詳細な概念的検討については岡田(2003)を参照。
- (12) 本稿で引用しているJ氏のインタビューは、すべて2002年3月に行われたもの。
- (13) 2002年10月のインタビューより。
- (14) 「パンク・リヴァイヴァル」を経てアメリカ随一の人気ロック・バンドになったグリーン・デイは、かつて自分たちが活動していたサンフランシスコのギルマンというライブハウスを中心としたコミュニティからの離脱の経験を、こう語っている。「本当の意味であそこに戻るってことは、もう2度とできないんだ(中略)ギルマンのことは、これから先もずっと大切に思っていくよ。でも、今はもういろんなことが違うんだ」(『ロッキング・オン』2003年9月号:58)。
- (15) 2003年10月のインタビューより。
- (16) K-POPとは「J-POP」を韓国のKに代えた言葉で、ここ2-3年の間に韓国でも各地の韓国文化ファンにも定着したもの。J-POP同様、韓国における現代のドメスティックなポピュラー音楽を意味する。またパンクやヒップホップなどグローバルな背景を持つサブカルチャーの当事者たちの多くが、自分たちの活動をそれと区別している点でも日本におけるJ-POPのニュアンスに近い。アジアにおけるK-POPブームを特集した『TIME ASIA』2002年7月29日の記事などを参照。
- (17) 2003年4月のインタビューより。
- (18) 先述の「パンク・リヴァイヴァル」の際、アメリカのバンドと同じスタイルを英語で歌うバンドが急増したのに対し、90年終盤からは日本語で歌うバンドの方が人気を集めるようになり、前者のパンクと区別するために「日本語パンク」という言葉が生まれた。歌詞が日本語であることに加えて、日本のフォーク／ロックの音楽性を取り入れていること、日本の若者の等身大の感情が歌詞のモチーフになっていることなどが特徴とされる。ゴーイングステディ、ガガガSP、モンゴル800などが代表的なバンドで、モンゴル800はインディーズ活動ながら200万枚のアルバム・セールスをあげたことでも知られる。「音楽業界に逆転現

- 象：インディーズ勢力が急成長』、『日経エンタテインメント!』2003年1月号、pp. 25 など参照。
- (19) 2002年3月のインタビューより。音楽的な側面から補足すれば、THE DESTROYERS のハスキーなヴォーカル・スタイルや叙情的なギターフレーズからは、70～80年代の韓国のロックやフォークからの影響が強くうかがわれる。
- (20) 日本語パンクのバンドが『DOLL』や『Eat Magazine』といったパンク専門誌で取り上げられることはほとんどなく、『オリコン』や『日経エンタテインメント!』といったより一般向けの雑誌に掲載されることが多い。「日本語パンク」と「反商業主義」の対立・相違については『インディーズ・ロック名盤ファイル 300』、宝島社、2003、pp. 12-3 も参照。
- (21) 2002年7月のフィールドワークより。
- (22) 2002年3月のインタビューより。
- (23) 2002年11月のインタビューより。
- (24) パンク・ロックの起源は70年代後半のロンドンに求められるが、先述の通り90年代のメディア・グローバリゼーションを契機に始まった韓国や中国のパンクにおいては、アメリカの影響の方がはるかに大きい。
- (25) 2002年11月のインタビューより。
- (26) 90年代後半の韓国を代表する男性アイドル・グループ。

文献

- アジアプレス・インターナショナル編、1993、『アジア TV 革命：国境なき衛星放送時代の幕開け』三田出版会。
- 馬場公彦、2003、「ポスト冷戦期「東アジア」論の地平：開かれた地域主義へいくつかの試み」『アソシエ』11号、御茶の水書房、pp.38-59。
- Baulch, Emma, 2002, "Alternative Music and Mediation in Late New Order Indonesia," *Inter-Asia Cultural Studies*, Routledge, 2(2): 219-34.
- 張東燦、2003、『Korean Big Wave! 彼らが押し寄せる』朝日出版社。
- Epstein, Stephen, 2001, "Anarchy in the UK, Solidarity in the ROK: Punk Rock comes to Korea," *The Korea Society Quarterly*, Fall: 17-22.
- 岩淵功一、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。
- 、2002、「メディア・ポピュラー文化」伊豫谷登士翁編『思想読本 8 グローバリゼーション』作品社、122-123。
- Keohane, Robert O. and Joseph S, Nye Jr., 1998, "Power and Interdependence in the Information Age," *Foreign Affairs*, 77(5): 81-94.
- Lull, James, 1987, "Thrashing in the Pit: An Ethnography of San Francisco Punk Subculture," Thomas R. Lindlof eds., *Natural Audiences*, Ablex, 225-52.
- Hebdige, Dick, 1979, *Subculture, The Meaning of Style*, London: Methuen. (= 1986, 山口淑子訳『サブカルチャー：スタイルの意味するもの』未来社.)
- Ma, Eric, 2002, "Emotional Energy and Sub-Cultural Politics: Alternative Bands in Post-1997 Hong Kong," *Inter-Asia Cultural Studies*, 3(2): 187-200.
- Negus, Keith, 1992, *Producing Pop*, Arnold.

- 岡田宏介, 2003, 「マスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャー：文化理論とイデオロギー概念の変容」『ソシオロギス』27号, 104-19.
- 大山昌彦, 2003, 「若者サブカルチャーとポピュラー音楽」東谷護編著『ポピュラー音楽へのまなざし：売る・読む・楽しむ』勁草書房, 280-303.
- Sinclair, John, Elizabeth Jacka and Stuart Cunningham, 1996, “Peripheral Vision,” John Sinclair et al ed., *New Patterns in Global Television*, Oxford University Press, 1-31.
- 孫歌, 2002, 『アジアを語るジレンマ：知の共同空間を求めて』岩波書店.
- Straw, Will, [1991] 1997, “Communities and Scenes in Popular Music,” Ken Gelder and Sarah Thornton ed. *The Subcultures Reader*, Routledge, 494-505.
- Thornton, Sarah, 1996, *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Wesleyan University Press.
- 田所昌幸, 2003, 「ソフトパワーという外交資源を見直せ」『中央公論』5月号, 120-8.

※本研究は、財団法人 松下国際財団からの助成を受けている。

(たかはら もとあき、東京大学大学院、mtki@nifty.com)

The Discovery of “Eastern Asia” in Popular Culture and Its Ambiguity

from a Case Study on Punk Rock as Global Cultural Industry

TAKAHARA, Motoaki

This paper examines how the process of globalization and localization of punk rock culture interrelates with the regionalization of Eastern Asia, from the outcome of fieldwork in Tokyo, Seoul, and Beijing.

The Existing researches on popular culture among Eastern Asia are concentrated on soft power framework, namely how a national culture attracts other Asia. However, interviews with cultural producers showed that Eastern Asia is conceived as a multilateral and reciprocal relationship. Producers in Eastern Asia shares the experience of being rejected from global music business, hence urged to seek reciprocal relations within their region.