

Title	ポピュラー文化のグローバリゼーション：大衆の空間的拡大と外国イメージ形成への寄与
Author(s)	藤田, 智博
Citation	大阪大学, 2014, 博士論文
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/50457">https://doi.org/10.18910/50457</a>
rights	
Note	

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

平成 26 年度 大阪大学大学院人間科学研究科  
博士学位申請論文

ポピュラー文化のグローバリゼーション  
——大衆の空間的拡大と外国イメージ形成への寄与——

藤田 智博

## 目次

目次.....	1
第1章 ポピュラー文化研究とグローバリゼーション .....	4
第1節 問題の設定——ポピュラー文化研究の現在とグローバリゼーション——.....	4
第2節 先行研究——ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションについて——	7
第2章 文化のグローバリゼーションをめぐる理論のなかのアメリカ——異質化論と均質化論の再考を通して—— .....	15
第1節 文化的異質化論のなかのアメリカ——Clifford、Tomlinson、Appadurai—— ..	15
第1項 移動する文化のなかの通過点としてのアメリカ——James Clifford の移動する文化—— .....	16
第2項 大衆文化の流通における商品としてのアメリカ——John Tomlinson のグローバリゼーションの理論—— .....	18
第3項 アーカイブを提供するアメリカ——Arjun Appadurai の乖離としてのグローバリゼーション論—— .....	24
第4項 文化的異質化論のなかのポピュラー文化とアメリカ .....	26
第2節 さまざまなグローバリゼーションの理論とポピュラー文化.....	27
第3節 文化的な均質化の理論のなかのアメリカ——マクドナルド化と文化帝国主義—— .....	30
第1項 生活様式を伝播するアメリカ——George Ritzer のマクドナルド化—— .....	30
第2項 支配者としてのアメリカ——Schiller、Dorfman and Mattelart の文化帝国主義論—— .....	33
第4節 均質化論と異質化論の対立の先へ.....	36
第3章 コミュニケーションのインフラと言語に現れるアメリカ——独立系映画ファンのインターネット上のグローバルなつながりを事例として.....	39
第1節 先行研究——ポピュラー文化・大衆文化の越境とインターネット.....	39
第2節 ハリウッド映画に代表されるアメリカの大衆文化・ポピュラー文化と独立系ジ	

ヤンル .....	42
第2節 事例——独立系映画ファンのネットワークについて.....	44
第1項 作品の内容と表現形式 .....	45
第2項 ファンたちが作成したインターネット上のコミュニティについて .....	46
第3節 インターネットがもたらすつながりの可能性とアメリカ .....	53
第4章 サッカーにおける文化的多様性とアメリカ——サッカー移民の分析を事例として .....	55
第1節 反アメリカ的なスポーツとしてのサッカーのイメージ .....	55
第2節 サッカーのグローバルな拡散と現代における政策的含意 .....	56
第3節 サッカーの伝播とサッカー移民 .....	57
第1項 サッカーの伝播と「東」へ向かうサッカー.....	58
第2項 サッカー移民をめぐる先行研究.....	60
第3項 日本におけるサッカー移民の歴史 .....	62
第4節 Jリーグ開幕以降の日本におけるサッカー移民.....	63
第1項 データ収集方法 .....	63
第2項 日本におけるサッカー移民の全体的な傾向.....	64
第3項 出身地域の多様性の減少、韓国人選手の増加、平均年齢の低下の意味.....	69
第5節 考察—グローバルな大衆文化としてのサッカーとアメリカ— .....	70
[付録].....	72
第5章 アメリカへの親しみの変化の規定要因をめぐって——冷戦体制崩壊後の日本人の 外国への選好の変化の分析から—— .....	73
第1節 日本人の外国への親しみをめぐる先行研究 .....	73
第2節 日本人のアメリカへの親近感 .....	76
第3節 アメリカナイゼーションとグローバリゼーション再考 .....	77
第1項 アメリカナイゼーションとマクドナルド化の理論.....	77
第2項 グローバリゼーションの理論とアメリカ .....	78
第3項 グローバリゼーションとアメリカナイゼーションをめぐる仮説.....	78
第4節 分析 .....	81

第1項 外国への選好の内訳—アメリカへの親しみの高さ—	81
第2項 記述統計と要因分解	82
第3項 多項ロジスティック回帰分析へ	87
第5節 議論——ポピュラー文化・大衆文化研究への含意——	96
[付記]	98
第6章 結論	102
第1節 アメリカの遍在性	103
第2節 理論、経験的研究、実践への示唆	105
注	108
第1章	108
第2章	109
第3章	110
第4章	110
第5章	111
文献	113

## 第1章 ポピュラー文化研究とグローバリゼーション

### 第1節 問題の設定——ポピュラー文化研究の現在とグローバリゼーション——

ポピュラー文化のグローバリゼーションを社会学的にどのように捉えたらよいのだろうか。この問題に答えることは、現在、ポピュラー文化のグローバリゼーションが政策的な関心を集め、ポピュラー文化がもたらすさまざまな効果に期待が集まることを踏まえるならば、一定の意義があると言えるだろう。本稿は、この問題に対し、一定の知見を与えることを目的としている。

社会学は、近代化がもたらした近代社会の自己反省の学としてスタートした。その経緯や使命を考えるならば、グローバリゼーションは、近代化や近代社会といった概念の歴史性を明るみに出し、それについて再考を促すという意味において、重要な問題であると言える。これと類似したことが、社会学的なポピュラー文化研究においても妥当するのではないだろうか。

これまでの社会学的なポピュラー文化研究や大衆文化研究においては、大衆文化の担い手である大衆とは誰か、という問題が議論されている（鶴飼・永井・藤本編 2000）。これは、ポピュラー文化や大衆文化をめぐる文化の担い手の問題と呼べるかもしれない。そして、この問題の答えについては、ある時代まで、一定の理解が存在したと思われる。それは、エリートと対比される存在としての大衆という理解である。すなわち、高級文化の担い手であり、教養があり、価値のある文化の担い手と対比され、無教養で、低俗な文化の担い手としての大衆である（中野 1985）。

しかし、そのようにして、エリートと大衆を対立的に捉える構図、あるいは低俗な文化の担い手としての大衆といった捉え方が、必ずしも説得的ではなくなってきた。その背景には、いくつかの要因が考えられるが、大学進学率の上昇といった高学歴化の進行に伴い、エリートと大衆との境界が鮮明ではなくなってきたことが挙げられるだろう。また、文化について、均一な担い手を想定することが経験的に正しくないことが、マーケティング調査によって明らかにされてきたことも大きい。すなわち、大衆文化やポピュラー文化の担い手である大衆という概念によって記述されるような集団は、今日においては細分化されてしまっているがゆえに、その担い手がいかなる特徴を備えているのかについて了解することが難しくなってきたのである。たとえば、博報堂生活文化総合研究所編（1985）は、それを分断化された大衆という意味で、分衆と表現している。

こういった議論を受け、たとえば、鶴飼・永井・藤本（2000）は、大衆文化とは何か、

そしてその担い手である大衆とは誰かに関し、明確にすることはせず、代わりに、あらゆる人々に受け入れられてはいないものの、一部の人に支持されているような文化を、戦後という枠組みの中で考察する方針を打ち出している。

また、辻 (2008) は、戦後のマスメディア研究において、マスメディアの受け手である大衆が、画一的で、一枚岩的な、さらに操作されやすい受動的な存在として捉えられてきたことへの反省として、メディアを介して集う人々のコミュニケーションそれ自体に注目が集まるようになった経緯を指摘している。これは、送り手から受け手に注目したアプローチへの転換であると言えるが、加えて、そこでは、「マルチメソッド・アプローチ」(辻 2008: 28) が提唱されている。それによれば、そのアプローチは、「メディアと集いの文化」に対して、「メディアの情報」、「担い手」、そして、担い手たちの「集い方、集い方のパターン」といった、三つの視点から総合的なとらえ方ができるとされている。その上で、今日の受け手は細分化しているがゆえに、質的な分析を蓄積していく必要性が示唆されている。他方で、吉見・土屋 (2010) は、大衆文化やポピュラー文化の存在を前提とはせず、メディア・オーディエンスの実践を通して、それらが発見されていく過程を捉えるという立場を打ち出している。それは、『大衆文化』という一言では到底括れないような多数の断層を含んだ文化が、幾重もの矛盾を含んで生きられていく状況」(吉見・土屋 2010: iv) を捉えていくことであり、マス・コミュニケーション研究の中で周辺的な位置にある大衆文化論におさまるものではないとされる。

このように、大衆文化研究、ポピュラー文化研究において、大衆文化やポピュラー文化の担い手をめぐる問題は重要な論点であるとされてきたにもかかわらず、その担い手が細分化し、また、その文化の存在や担い手の存在すら、当然視できなくなっているというのが、ポピュラー文化、大衆文化をめぐる研究の現在であろう。それらの点も踏まえ、辻 (2008) のマルチメソッド・アプローチや、実践の中から大衆を捉えていくことを提唱している吉見・土屋 (2010) のようなアプローチが提唱されていると言ってよいだろう<sup>2)</sup>。

このような中、グローバリゼーションは、ポピュラー文化研究、大衆文化研究に対し、大衆とは誰か、大衆文化やポピュラー文化とは何かといった問題について、やや性質の異なる新たな課題を付与したと思われる。グローバリゼーションは、国境を越えるヒト、モノ、カネ、情報をもたらすマクロな社会変動のことであるが、当然、大衆文化やポピュラー文化も、国境を越えて移動するモノや情報の次元を構成している。そのことが示唆するのは、グローバリゼーションによって、それまでとは質的に異なる大衆や受け手が誕生

しているのではないか、という点である。換言するならば、これまでのポピュラー文化、大衆文化研究における大衆文化やポピュラー文化、さらにそれらの担い手である大衆とは一国内の存在であった。しかし、グローバリゼーションは、そのような一国内の大衆とは異なる大衆や受け手、すなわち、複数の国にわたるような文化の受け手を誕生させたのではないか。その問題の探究こそが、ポピュラー文化研究、大衆文化研究の課題ではないか、というわけである。

しかし、実は、このような課題は、ポピュラー文化研究、大衆文化研究にとって、新しいものではない。なぜならば、たとえば、大衆文化研究にとって、アメリカナイゼーションが重要な論点であると指摘されてきたように（鶴飼・永井・藤本編 2000）、これまで探究されてきた大衆文化やポピュラー文化は、アメリカの影響を強く受けており、その意味で、大衆文化の担い手は、既に一国を越えていたと言えるからである。それは、戦後日本においても顕著であるが、その時間幅を近代初期にまで拡大するものもある（吉見 2007）。

であるとするならば、グローバリゼーションの新しさはどこに求めることができるのだろうか。そのポイントは、国境を越える文化の移動の中でも、とりわけ、アメリカ主導ではないやり方で進行している事態に注目することによって明らかになると思われる。ポピュラー文化、大衆文化の流通においては、アメリカはこれまで主導的な役割を担ってきた。しかし、1990年代以降、必ずしも、アメリカ主導とはみなせないタイプの文化の移動が見られるようになってきたのである（岩渕 2001）。日本のメディア産業のアジアへの進出がその一例であるだろうし、韓流ブームに典型的に見られるような日本における韓国の大衆文化やポピュラー文化の流入やその逆も一例であろう（岩渕編 2004; 毛利編 2004; 石田・木村・山中編 2007）。すなわち、ポピュラー文化研究や大衆文化研究におけるグローバリゼーションとは、そのようなアメリカ主導ではない文化の移動に関わっているのではないかと考えられるのである。

このように見てくるならば、ポピュラー文化、大衆文化のグローバリゼーションを社会的に考察していく上での課題がより鮮明になる。すなわち、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化の国境を越える移動によって、文化の担い手である大衆が空間的に拡大しているのか否か、そして、それを介して、アメリカの覇権が揺らいでいるのか否か、といった問題である。



## 第2節 先行研究——ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションについて——

それでは、これらの点について、これまでどのような知見が蓄積されてきたのだろうか。

まず、大衆文化やポピュラー文化は、今日のグローバル化する世界において、「ソフト・パワー」(Nye 2004=2004)の源泉として捉えられ<sup>3)</sup>、その流通は、外交の道具という観点からアメリカ以外の国においても政策的に後押しされるようになった(渡辺 2011; 佐藤・渡辺・柴内 2012)。アメリカのみならず、日本も、そのような役割への期待をポピュラー文化や大衆文化に込めていることは、クールジャパンをめぐる一連の政策においてもうかがえると言えよう(佐藤 2012)。

他方で、ソフト・パワー、あるいは、国が主導して進める政策という観点からポピュラー文化を捉える立場に対しては、たとえば、岩渕(2007)が行なっているように、批判も提出されている。それによれば、ポピュラー文化、大衆文化のグローバリゼーションが、戦争や侵略といった過去の歴史を振り返り、そのような歴史を踏まえた上で、異文化間対話を促進するものとなるべきだとされる。こういった議論も、外交の道具としてポピュラー文化や大衆文化を位置づける議論とは対照的であるものの、今日の社会において、ポピュラー文化や大衆文化が担うべき役割に注目したものである。

では、これらのポピュラー文化、大衆文化のグローバリゼーションによってアメリカの覇権は揺らいでいるのだろうか。ここで踏まえなければならないのは、アメリカの影響力の大きさである。たとえば、次のような引用を見てみよう。

米国はグローバルな社会的・文化的領域の大半で先頭に立っている。その理由として、米国には、考え方や生活様式を生み出し、世界中に浸透させる手段が圧倒的にあることと、そうした浸透を可能にする独特の文化的・歴史的特質があることがあげられる。これは世界の文化が均質化しつつあるという意味ではなく、世界各地でアメリカ文化が現地文化とならぶものとしてつねに意識されるということである。(Rosendorf 2000=2004: 141)

ここでは、アメリカが、何らかの理念を産むこと、流通手段において他を圧倒していること、それに加え、それを可能にする特性をアメリカが有していることが指摘されている。その結果、アメリカの文化に世界が同(均)質化しつつあるわけではないけれども、存在感は否定できないことが指摘されている。次のようにも述べられている。

向上しつづける通信技術とアメリカ大衆文化のこうした結びつきは、二〇世紀における文化のグローバル化の基調をなしていたが、この状態は 21 世紀の終わり近くまでつづきそうだ。(Rosendorf 2000=2004: 149)

ここでは、通信技術と一体となったアメリカのポピュラー文化、大衆文化こそが、20 世紀の文化のグローバリゼーションの重要な部分であったという指摘がなされている。そしてその傾向は今後しばらく続くとされている。

こういった指摘が、現代社会における重要な事実を無視しているものだとはいいがたい。たとえば、日本においても、アメリカのテレビ番組、ナイキ、マクドナルド、ディズニー、ビル・ゲイツといった人やモノ、文化が受容されてきた歴史や現に受容されている事実を否定するのは容易ではないだろう。

それでは、アメリカ主導ではないような形式でのポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションはこういった議論にどのように取り組んでいるのだろうか。もちろん、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを扱った研究は、こういった事実を否定していない。それらの研究は、現代においても依然としてアメリカの影響力が強いことを認めている。1990 年代以降のアジア地域への日本のメディア産業のグローバリゼーションを扱った岩渕 (2001) は、台湾における日本のポピュラー文化 (ここではテレビドラマ) 受容を扱った章において、次のように述べている。

台湾にいて日本偶像劇 [日本アイドルドラマのこと、引用者補足] に全く興味を持たない若者も多数存在するし、アメリカのポピュラー文化の東アジアにおける支配的地位は、依然として他の追随を許さない。(岩渕 2001: 237)

他方で、次のような記述も見られる。

台湾における日本偶像劇の受容を見ていくと、世界におけるアメリカ文化の支配的地位に変化が起きていることに気づかされる。(中略) 日本などのある程度の産業化を果たした資本主義国では、アメリカンドリームはローカルに吸収された感がある。アメリカのポピュラー文化も世界に広まるにつれて土着化されてその「アメリカ」らし

さを失い、「無臭」になってきていると感じざるをえない。(岩淵 2001: 237)

これら二つの引用を読むならば、アメリカが支配的地位にあるのか、あるいはそれが変化したのかそれほどはっきりしない。これらは、台湾における日本のポピュラー文化受容を扱った章における記述であるが、このような事態は、さらに一般的な次元において、「脱中心化の力学」(岩淵 2001: 38)としても特徴づけられている。たとえば、次の引用である。

脱中心化の力学は、例えば、日本を含めた非西洋国の多国籍企業が新たなグローバル・プレーヤーとして台頭しており、アメリカの文化ヘゲモニーは相対的に低下していることに見て取ることができる。(中略) トランスナショナルな文化ネットワークはこれまでのアメリカの圧倒的・独占的一国支配からより分散化されたものになってきている。(岩淵 2001: 39)

ここで指摘されているのは、アメリカの覇権が以前と比較して低下している事態であり、それを分散化と述べている。その理由としては、日本企業のようなアメリカ以外の企業がグローバルな次元で台頭することによって、アメリカ一極的なあり方に変化が見られているからである。

しかし、ここで、いくつかの疑問が生じる。たとえば、分散化が生じているというのは、どの程度のものなのだろうか。その点がはっきりと示されているわけではない。また、その分散化という事態は、受け手の分析から導出されたとはいいがたい。すなわち、今日の社会においては、ポピュラー文化や大衆文化の送り手が、アメリカ以外にも登場してきたがゆえに、アメリカの覇権が相対的に低下していると主張されるわけである。これは受け手や文化の担い手の分析がなくとも、主張できることである。すなわち、このような主張においては、受け手や文化の担い手に関する分析が活かされることはない。アメリカの覇権の大きさは実証されるまでもない所与のものとして、受け手や担い手の分析とは独立したところに位置づけられている。

他方で、受け手や文化の担い手の分析もなされているのである。たとえば、台湾における日本のテレビドラマ『東京ラブストーリー』の視聴者調査からは、アメリカのテレビドラマシリーズとの比較がなされているが、その考察では次のように述べられている。

台湾で共感をもって受け入れられているリカ [『東京ラブストーリー』に登場する女性のこと、引用者補足] の「積極的な一途さ」は、(アメリカ化の浸透という意味での) グローバルであると同時に、日本/東アジアというローカルにも根ざしている、「新しい時代の女性像」なのであり、それは、日本における現代の文化モダニティーの生成過程において生成されたものであることを強調すべきであろう。つまり、ある文化的価値観がどのように特定のテレビドラマ・テキストにおいて(再)生産されているのかは、九〇年代の近代化・都市化された東アジアという歴史的、社会的文脈のなかでの動的かつ重層的な過程として考察することが求められているのである。(岩渕 2001: 229)

ここで述べられている「積極的な一途さ」とは、台湾の伝統的な女性の価値観とは異なる、アメリカらしいとされる生き方、生活様式のことである。そしてそれは、『東京ラブストーリー』というテレビドラマの内容に体现されている。しかし、それは同時に、日本にも根ざすものとして特徴づけられており、それゆえに、動的に分析されなければならないことが強調されている。

これらの議論からもうかがえるように、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを考察する上で、アメリカは欠かせない問題であるにもかかわらず、その現れ方は一定していない。先ほどの Rosendorf (2000=2004: 141) の引用にしたがうならば、「現地文化とならぶものとして常に意識される」のがアメリカ文化ということになるのだろうが、これらの研究においては、それ以上に多様な役割をアメリカが担っているように見え、その輪郭をどのように捉えればよいのかははっきりしない。

しかし、アメリカの捉え方は大きく分けるならば2通りあると言えないだろうか。すなわち、様々な文化の送り手としての巨大な中心地であり、資本としてのアメリカであり、もう一つは、受け手の分析から浮かび上がる、価値観や生き方に体现されている象徴としてのアメリカである。ここで考察してきた岩渕(2001)の議論においても、この2通りのやり方が同居しているように思える。たとえば、「アメリカの圧倒的・独占的一国支配」(岩渕 2001: 39) といった指摘からうかがえるように、送り手の側から、巨大な権力の持ち主としてアメリカを捉えるやり方が一つある。もう一つは、女性の「積極的な一途さ」(岩渕 2001: 229) と指摘される際にうかがえるように、テレビ番組の中に現れ、それを視聴する受け手の分析において、何らかの価値観を体现した国として浮かび上がるアメリカである。

前者であれば、それは実証されるまでもない自明な前提として議論に登場し、後者であれば、テレビドラマの登場人物の生き方や生活様式に体现される価値観として議論に登場する。

ここにジレンマがある。ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを考察する上で、アメリカの覇権は重要な問題である。他方で、これらの研究においては、文化の担い手である大衆を均質的に、また一枚岩的に捉えることへの批判から、受け手や文化の担い手の分析が必要とされるようになった。そして、受け手の分析や、吉見・土屋（2010）におけるように、実践の中から動的に大衆や大衆文化、ポピュラー文化を捉えようとする限り、送り手としてのアメリカの巨大さは、一端、背景にしりぞき、その後、受け手の分析とは独立した要因として改めて持ち出されることになる<sup>4)</sup>。そのように、独立した要因としてアメリカの巨大な権力が改めて論じられる場合、アメリカの影響力の大きさは前提とされているようなものである。しかし、そのように、アメリカの巨大な権力を所与として位置付けてしまった場合、受け手を受動的、均質に扱うとして批判したはずの送り手分析の前提を、改めて持ちこんでしまっていることになりはしないだろうか。

辻（2008）も整理しているように、たとえば、Horkheimer and Adorno（1947=2007）によるアメリカの文化産業論批判が、大衆を操作されやすい受動的な存在として扱っていることに対して批判が向けられ、受け手や文化の担い手である大衆の能動性に照準を合わせるような研究が生まれてきたのであった。確かに、そういった大衆や担い手の能動性を明らかにする研究には定の意義があるといっていよう。他方で、大衆文化やポピュラー文化の受け手や担い手が、それにもかかわらず、受動的でもありうる可能性について、どれほど注意が向けられてきただろうか。既に指摘したように、たとえば、アメリカの覇権が相対的に低下していることは、日本の多国籍企業の台頭を根拠に主張できるのであり、受け手や文化の担い手の分析を経由する必要はない。にもかかわらず、受け手や担い手の分析に意義があるとすれば、それはいかなるものになるのだろうか。そしてその時、アメリカをどのように捉えればよいのだろうか。

アメリカは、第一に、送り手として巨大な権力を有しているだけでなく、第二に、私たちの生き方や生活様式にも影響を与えるような価値観を、さまざまなテレビ番組や映画の内容に紛れ込ませており、さらには、様々な情報やコミュニケーションの通信や流通手段を有している。これら複数の事態を単に、アメリカの覇権と特徴づけてしまうのは、韓流ブームをはじめ、1990年代以降、日本やアジア地域で見られるようになったアメリカ主導

ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションの意義を軽視してしまうのみならず、その内実をぼやけさせてしまう。他方で、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションによって、アメリカの覇権が掘り崩されているかといえば、それは、依然として規模の大きいアメリカの影響力を過小に評価してしまう。これまでの研究は、こういったジレンマに半ば気付いていながら、それらをつなぐ理論や概念を提示する代わりに、それらの見解を並列させることによって、事態を收拾してきた。

しかし、必要なのは、そのように2つの見解を並列させることではないだろう。すなわち、それらを並列させるのではなく、つなぎ、媒介する、あるいは統合するような概念や理論が必要なのではないだろうか。確かに、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションが目立つようになってはいるけれども、それと同時に、依然としてアメリカの影響力は大きいのである。そのことを同時に扱えるような概念や理論が必要である。

それを本稿では、アメリカの遍在性という観点から捉えたい。今日、グローバリゼーションが進行する中で、ヒト、モノ、カネ、情報、イメージの移動が盛んになっている。ポピュラー文化や大衆文化は、そのような次元の一つを構成しており、アメリカ主導ではない流通もかなり目立つようになった。しかし、そのような移動の中で、アメリカは、ハリウッド映画、マクドナルド、ディズニーといった巨大な文化産業を有する文化の送り手であり、依然として権力の中心として重要な地位にある。そのみならず、数々のテレビ番組やインターネットのような通信手段を有しており、また、自由のイメージに代表されるような生き方や生活様式、価値観を映画やテレビ番組を通して輸出している。そういった様々なアメリカが、今日の多様な、アメリカ主導ではないグローバリゼーションのなかにおいても見られるのである。そして、遍在性という概念は、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいても、アメリカの影響力が見られることを、空間的な観点から含意することを可能にする。そして、それこそが、今日のポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションの本質なのではないだろうか。

このように、本稿では、今日におけるポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいては、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションのように、アメリカの存在がそれほど明確ではない文化の流通においても、アメリカが潜んでいること、つまり、アメリカがどこにでも存在していること（＝遍在性）を、理論と事例の双方を通して明らかにしていきたい。

第2章においては、文化のグローバリゼーションにおける均質化論と異質化論の対立を取り上げる。これらの理論は、現在のところ、異質化論に軍配が上がっているといっていだらう。なぜならば、文化が受容されるに際し、変容を被ることから、均質化論の主張は単純に過ぎると理解されているからである。しかし、均質化論にも見過ごせない点がある。それは、今日の社会におけるアメリカの影響力の大きさについて指摘している点である。そういった点を踏まれば、改めて、異質化論と均質化論の論理について再検討する意義も生じよう。第2章では、これらを再検討しながら、ポピュラー文化や大衆文化研究への含意を引き出していく。そして、第1章において指摘したのと類似した問題が、学説史においても見られることを指摘する。

第3章においては、インターネット上に形成された独立系映画ファンのコミュニティを事例として取り上げつつ、確かに、今日においては、さまざまな手段を用いることによって、多国の人々が、ある程度共通の土俵でコミュニケーションを行うことが可能になっていることを示す。それは、インターネットのようなメディアが普及する以前では難しいことであっただろうし、また、仮にインターネットがあつたとしても、ここで取り上げるような多国にわたる会員を持ったファン・コミュニティが頻繁に成立しているわけではない。他方で、こういった今日的なグローバルな「集まり」においても、そのための技術を提供しているのがアメリカであつたり、また、言語が英語であつたりと、アメリカの影響力を見て取ることができることを指摘する。

第4章においては、サッカーを取り上げる。サッカーは、反アメリカ的なイメージを持たれている、グローバルなスポーツ、大衆文化、ポピュラー文化である。その理由は、サッカー選手の出身地が世界の各地にわたっており、選手が文化的多様性を象徴しているからである。そのように世界を移動しながら、サッカーを職業とする人々をサッカー移民と呼ぶが、そのようなサッカー移民の波がサッカー後進国の日本にも押し寄せるようになったのが日本でもサッカーがプロ化された1990年代以降のことである。それは、サッカーが欧州と南米以外の地域へグローバル化していった時期に重なるが、この章では、そのようなサッカー後進国である日本のサッカー移民を取り上げながら、確かに、サッカー後進国である日本のような国においても文化的に多様なサッカー移民が見られることを指摘する。他方で、その構成の変化に着目してみるならば、やはりアメリカの資本の影響力が潜んでいるのではないか、という点を指摘する。

第5章においては、日本人がどのような外国を好んでいるのかについての分析を行いな

がら、ポピュラー文化や大衆文化研究のグローバリゼーション、そしてそこでのアメリカの問題に関する含意を引き出すことを試みている。ここで分析の対象とするのは「日本人の意識」調査である。それによれば、確かに、日本人にとって、アメリカはもっとも親しまれている国である。ただ、親しんでいる層の比率は、やや低下傾向にある。そこで、この章では、その低下が何によってもたらされているのかについて、コーホート交代によるものと、時間の経過に伴う個人の変化（＝時代効果）によるものとの効果の識別に注意しつつ、時代的な要因が無視できないことを指摘する。それは、外国への親しみがある程度、時代の関数であることを意味するが、他方で、それと同時に、大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションとアメリカとの覇権との関係が議論される中、大衆文化やポピュラー文化は、私たちの生活の一部分であるという意味で、その部分性について認識される必要があることを指摘する。ポピュラー文化や大衆文化は、教育であったり、仕事であったり、人との出会いであったりといった様々な経験のなかの次元を構成しているのであり、そういった中において、それらの役割を定めていく必要があることを指摘する。

以上を踏まえて、第6章においては、本稿の結論を提示する。確かに、1990年代以降、アメリカ主導ではないようなポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションが目立つようになったものの、依然として、アメリカは、その存在を意識する必要がないほどに私たちの日常生活に紛れ込んでいる。そういった中で、たとえば、アメリカに対する批判的な意識を養っていくためには、愚直ではあるものの、教育や、さまざまな文化的背景を有する外国人と付き合うといった経験を持つことが重要ではないかといった点を示唆する。今日におけるアメリカの遍在性は、もちろん、資本主義によるところが大きい。しかし、アメリカへの批判的なふるまいそれ自体が、アメリカが提供する手段によって可能になっているほどには、アメリカが日常化しているのが現実である。そういった地点から出発するしかなく、また、そういった中で、たとえば、ポピュラー文化や大衆文化の可能性を見定めていくような作業が今後の課題となってくるであろう。



## 第2章 文化のグローバリゼーションをめぐる理論のなかのアメリカ——異質化論と均質化論の再考を通して——

前章において、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを考察する上で、アメリカの問題を避けて通ることが難しいことを指摘した。そして、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションをめぐる研究におけるアメリカの位置づけが、それほど明確にはなっておらず、送り手の分析から文化の担い手や受け手の分析へという方法論の転換にもかかわらず、送り手として巨大な影響力を誇るアメリカの存在を前提としてしまっているのではないかという問題を提起した。確かに、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションが目立つようになってきているといっても、依然として、アメリカのポピュラー文化や大衆文化の流通は規模の面で大きく、また、生活様式や生き方といった価値観を象徴的に伝播していることも指摘した。そして、そういった事実を並立させて記すのではなく、媒介するような概念や理論が求められることを示唆した。

本章では、こういった問題を、文化のグローバリゼーションをめぐる学説を再考することによって、改めて指摘していく。具体的には、文化のグローバリゼーションをめぐる議論において、しばしば取り上げられる文化的な均質化と文化的な異質化をめぐる議論について<sup>1)</sup>、大衆文化やポピュラー文化、さらにアメリカがどのように捉えられているのかを検討し直していく。文化的な均質化をめぐる議論は、これらの議論において批判にさらされてきた。なぜならば、文化が受容されるに際し、変容を被るからである。それが、異質化論が支持される要因になったが、以下では、文化的な異質化の理論をまず取り上げ、それを再検討した後、均質化をめぐる理論を取り上げる。

### 第1節 文化的異質化論のなかのアメリカ——Clifford、Tomlinson、Appadurai——

ここでは、文化的な異質化の理論を取り上げ、その論理を再検討していく。それらが、どういった論理や事例によって、均質化論を否定しているのか、そして、それらは文化のグローバリゼーションにおけるアメリカの問題をどのように扱っているのか、といった観点から再考を行う。

具体的には、James Clifford、John Tomlinson、Arjun Appadurai の理論を中心に取り上げる。Clifford は、移動する文化について非常に魅力的なイメージを提供した。Tomlinson は、グローバリゼーションと文化をめぐる議論を近代性に関する議論と結び付け、社会学

的な議論のなかで、文化のグローバリゼーションをめぐる問題をどのように位置づけるのかについて、基本的な見通しを与えている。Appadurai は、人類学的な観点からのものであるが、文化のグローバリゼーションが有している動的な性質を捉えようとしたものだと言える。

これらは、細部において異なっているものの、同時に、重要な共通点を見出すことができる。それは、文化のグローバリゼーションの過程において、文化的な次元に力点を置いている点であり、同時に、「グローバリゼーションが文化的な異質化を帰結する」という見解を支持している点である。ここでいう異質性や異質化は、たとえば、間々田（2007）によれば、文化的な多様性をもたらす立場としても捉えられるかもしれない。確かに、こういった理論における異質性や異質化が、それまでとは異なる文化の誕生を意味するとするならば、文化的な多様性をもたらすという理解もできるだろう。問題となってくるのは、そういった異質性や多様性がいかにしてもたらされるのか、といった点である。

### 第1項 移動する文化のなかの通過点としてのアメリカ——James Clifford の移動する文化——

まず、James Clifford の「旅する文化 *Traveling Cultures*」という理論を検討していく (Clifford 1992; Clifford 1997=2002)。これは移動する文化をめぐる、また、それを研究する方法論について、魅力的なイメージを提供したものである<sup>2)</sup>。これはまた、後に見る Tomlinson の理論に対してもグローバリゼーションにかかわるイメージを提供している (Tomlinson 1999:28=2000:59)。Clifford の理論は、現に存在している現象や実態、あるいはそういったものの変化を説明する以上に、それらに対し、あるいは、それらに対する人類学をはじめとする学問的な実践に対し、批判的、反省的な介入を試みるものであったと理解することができる。それは次のような意味においてである。

この理論によれば、あらゆる文化の均質性は疑問に付されるが、まず、現に存在している文化を移動という観点から捉えなおしてみることが提唱されている。現代の社会においては、どのような文化も、その文化の外部と交流を絶つことは難しくなっている。それは、長年、人類学が対象としてきたような、外部と空間的に離れているように見える先住民の文化においても妥当する。そのことを踏まえるならば、均質で純粹で、それ自体としてまとまっていると考えられる文化も、何らかの移動の中に巻き込まれており、一見、自律しているように見える文化が、移動との関係において存在しているのではないかといった予

想が成立する。それによって、文化的な均質性が疑問に付される。

それに加えて、移動していないように見える文化も、実際は、移動の結果として存在しているのではないかといった逆転の発想も提唱されている。これは、上で触れた意味と似ているように見えながら、実際は異なっている。人類学が対象としてきたような先住民文化を例にとって考えてみると次のようになる。新大陸アメリカに住まうために初めてアメリカにやってきた、かつての白人を想像してみよう。当時、アメリカ大陸に上陸した白人は、その大陸についての知識をまったく持ち合わせていなかった。そこで、その白人たちを案内するために、案内役として、ある先住民がその役割を担うことになった。その先住民は、ずっとその大陸に居住していたわけではなく、奴隷として旧大陸に連れていかれた過去があったため、大陸の言語も解することができた。通常、先住民は、その場所にずっと居住していたと想定される。しかし、この例では、そうでなかったとことが示唆されている。すなわち、Clifford が示唆したのは、その場所にずっと留まっていたように見える文化ですら、実際には、移動の結果として存在しているかもしれないという点である。文化の重要な構成要素の一つとして、言語があるとすれば、複数の言語を操り、初めて大陸にやってきた白人を案内する先住民は、文化的な異種混淆性を象徴していると言ってよいだろう。

そして、人類学的なフィールドワークの捉え直しである。Clifford によれば、Malinowski に始まるとされる人類学のフィールドワークは、対象とする文化が存在する場所で長期にわたって滞在することが、研究を遂行する上で必要条件とされてきた。そこには、当然のことながら、当時から現在に至るまでの世界情勢や、異文化をまなざし、収集する経済的に豊かで先進国に暮らす研究者と、その研究者に発見される研究対象という不均衡な力関係が横たわっている。しかし、Clifford によれば、これまでそういった関係性について注意が払われてこなかった。そこで、「旅する文化」という観点から、それらの関係性を捉え直すことによって、これまで注意が払われてこなかった不均衡な力関係に対し、注意を促すことができるのではないかと主張するのである。なぜならば、この視座からすれば、研究者と研究対象は、それぞれが移動の途上で、ある場所において遭遇している者同士として捉え直されるからであり、その際、どこからどこへ移動するのかといったことを加味する必要が生じ、そのことによって、両者が置かれた不均衡な力関係を明るみに出すことができるからである。

このように、Clifford の理論は、文化的な均質性を疑問に付し、当時の人類学に代表さ

れる学問に対して批判的に介入することを目指したものだと言える。この理論は、次のような批判を受けることになったが、その批判によれば、そのような自由な移動ができるのは、世界においても、白人のエリートのみであり、世界には、女性をはじめとして、移動できない者が現にたくさん存在するのではないかとされる<sup>3)</sup>。加えて、この理論においては、それほどポピュラー文化や大衆文化の位置づけ、そして、アメリカの位置づけについては明確ではない。しかし、そこでの移動という概念については、次のような示唆を与えている。

テレビ、ラジオ、観光客、商品、軍隊などを通じて、勢いよく浸透する力を含む可能性もある。(Clifford 1997: 28=2002)

このような見解を踏まえるならば、Clifford の理論が、大衆文化やポピュラー文化の接触も含めた様々な移動によってもたらされる経験の重要性を指摘していることがうかがえる。

さらに、アメリカについては、次のように言えるかもしれない。それは、Clifford が、単に、文化が移動していることを扱おうとしたわけでも、また、それに伴う異種混雑性が生じていることを主張しようとしたわけではない、ということである。そういった移動する文化がどこから来て、どこへ向かうのか、そういったことまで考慮に入れるならば、必然的に力関係に言及せざるをえないのではないかと主張しているのである。それに加えて、そういった過程に、研究も埋め込まれていることも無視できないとも述べている。このような立場からするならば、アメリカであれ、どこであれ、何らかの場所は、文化が移動していくなかの一つの拠点、場所、通過点として捉え直される。当然、アメリカの影響力は巨大であるがゆえに、他の拠点、場所、通過点とは異なる意味を持つはずである。しかし、それ以上のことについては、それほど明確ではない。

## 第2項 大衆文化の流通における商品としてのアメリカ——John Tomlinson のグローバリゼーションの理論——

Tomlinson の理論は、Clifford の理論をより精緻にしたもの、人類学的な理論を、近代性を扱う社会学の理論の土壌に接ぎ木したものだと言えるかもしれない。その理論の主題は、基本的な点で Clifford と共通している。たとえば、次のような記述から、Clifford の理論との接点がうかがえる。

たしかにグローバリゼーションはかつてないほど物理的な移動性を促進するようになったが、その文化的影響を解明する鍵はローカル性そのものの変容にある。肝要なのは、「人間をそれぞれの場所につなぎとめる」肉体的要素と政治的・経済的必要という物質的な条件をつねに見失わないことである。だから、私にとって文化の変容とは、「旅 travel」という言葉のあやで捉えられるのではなく、脱領土化という概念で捉えられるものなのだ。(Tomlinson 1999:29=2000:59)

ここで指摘されているように、Clifford が「旅する travel」という概念で捉えようと、あるいは表現しようとしたことを、Tomlinson は「脱領土化 deterritorialization」という概念によって捉え直している。そして、Tomlinson の理論の鍵となるが、この脱領土化の経験である。

それでは、脱領土化とはいかなる概念か。Tomlinson にとって脱領土化の経験こそがグローバリゼーションを理解する上で重要な問題となってくる。Tomlinson によれば、グローバリゼーションがもたらすのは、「近い場所と遠い場所が結びつけられるような経験」(Tomlinson 1999:5=2000:18) である。つまり、グローバリゼーションによって遠くのものが近くに感じられるようになる。そして、それは、場所と文化との自然な関係を弱めるような方向に作用するとされる。

たとえば、近所のスーパーマーケットで外国産のフルーツと遭遇する経験、メディアを通して、遠くで起きている事件やイベントについて視聴するような経験といったものが典型的であろう。かつてであれば、なかなか手に入らなかった遠くのもが入る。あるいは、かつてであれば、入手できなかった情報がリビングにいながらにして入ってくる。次のような言い方も可能であろう。大阪とロンドンの物理的な距離それ自体は昔も今もまったく変わっていない。それゆえ、地球が小さくなったわけではない。しかし、船で一カ月以上もかかった距離が、現在では飛行機によってほぼ半日で行くことが可能である。さらには、ロンドンからの中継をテレビで放送しているのをそのまま視聴し、ロンドンにいる友人とインターネットでリアルタイムのチャットを楽しむことも可能である。こういった変化は、かつて以上にロンドンを「近く」感じさせることを可能にする。このようにして感じられる距離を Tomlinson は物理的な距離と比較して象徴的な距離と述べ、グローバリゼーションがもたらす重要な感覚としている (Tomlinson 1999:7=2000:20)。そして、

この象徴的な距離の縮小が、文化と場所との自然な結びつきを解除するような方向に作用すると考えるわけである。

それゆえ、このような象徴的な距離の縮小は、何も地理的・空間的に移動しなくとも実感することがありえる。テレビやインターネットの視聴はそういった実感をもたらす。こういった議論は、私たちの素朴な直感や実感に訴えているという意味で、後に指摘するように、経験的な社会学の観点からすると無視できない問題が含まれている。また、グローバリゼーションの影響を、リビングのような「家」にいながらにして、むしろ「家」にいながら実感できるとしている点で、後に見る Appadurai の理論とはまた異なったものとなっている。

いずれにせよ、Tomlinson の理論の特徴は、脱領土化という観点からグローバリゼーションのもたらす影響を理解しているところにあり、それと関連して重要な特徴を2点指摘することができる。一つは、近代性の内部にグローバリゼーションの過程を位置づけている点であり、もう一つは、グローバルな文化 (global culture) の成立に対して懐疑的な立場をとっている点である。

Tomlinson が近代性との関係でグローバリゼーションを論じる際、議論の土台としているのは、Giddens (1990=1993) である。Giddens の近代性の理論の特徴は、グローバリゼーションを近代性が拡大する不可避の過程に位置づけている点である。Giddens はそれを「脱埋め込みメカニズム」という概念によって捉え、グローバリゼーションを近代性の拡大していく上での本質的な過程として位置付けている。Tomlinson は、それを基礎としつつも、Giddens がそれほど関心を払っていない文化的次元の重要性を指摘しており、Giddens の理論を補足したものだといえる。

グローバリゼーションが前近代から観察されるような現象であるという議論への Tomlinson の反論は、次のようなものである。キリスト教徒やイスラム教徒の聖地への巡礼を考えてみれば明らかなように、近代と呼ばれる時代が到来する以前から、世界各地から聖地への巡礼の旅に行く人たちは存在していた。こういった事態は、確かに、グローバリゼーションという概念で記述される現象が近代以前から存在していたことの証拠になる。しかし、Tomlinson によれば、前近代的な聖地巡礼と近代的な聖地巡礼とは、意味が全く異なっており、そこに区別を設けることは合理的だとされる。なぜならば、近代の巡礼においては、行き先について、そして、そこに集まる人たちの存在について、ある程度、あらかじめ知っているからである。その背景には、新聞やテレビといったマスメディアに

よって得た知識の影響が存在している。新聞、テレビといったマスメディアは近代化の過程と密接に関係しているが、それは、物理的な距離をこえて、Anderson (1991=1997) のいう「想像された共同体」の形成を促す。すなわち、前近代の巡礼であれば、聖地に集まってきた人びとは、世界各地から集まってきたものの、そこで初めて遭遇するような見知らぬ他人であり、それ以上ではない。しかし、近代の巡礼であれば、対面したことはなくとも、それらの人びとについて、「想像」を介して知識を得ている。前近代的な巡礼や移動においては、人々は自らが暮らす共同体に埋め込まれているのみであるものの、近代的な巡礼や移動においては、人々は、マスメディア等で得た知識によって、自分が普段暮らしている地域的な共同体以上に大きく、より普遍的な共同体が世の中に存在していることを知っているのである。すなわち、巡礼に代表される地理的な移動それ自体は、昔から存在していたものの、それらをめぐる人びとの経験は全く異なっており、そこに、前近代と近代の境界があるという。

グローバリゼーションがかかわってくるのは、そのような過程においてである。すなわち、人々が地域的に暮らしているような共同体以上に優先順位の高いような共同体が存在していることを、マスメディアの経験を通して「想像」する。そして、そういったことが当然のこととなる。そういった経験をもたらず過程こそが、Tomlinson のいう脱領土化としてのグローバリゼーションであり、文化と自然との自然な結びつきを弱体化させることの内実である。それゆえに、Tomlinson にとって、グローバリゼーションとは、近代性の内部に不可避的に位置づけられる。

地域的な共同体以上に普遍的な共同体が存在していることを人々に「想像」させることにグローバリゼーションがかかわってくることを踏まえるならば、当然、浮上してくるのが、それでは、現代において、グローバルな文化 (global culture) は成立しているのか否か、という問題である。グローバリゼーションとは、Tomlinson によれば、「複合的な結びつき complex connectivity」(Tomlinson 1999:7=2000:20) をもたらすものであり、それによって、脱領土化の経験がもたらされる。

それでは、そのような「複合的な結びつき」は、グローバルな文化と呼びうるようなものなのか。グローバルな文化の成立にかかわる議論には、それをコスモポリタニズムのような望ましい価値観の成立とかかわらせているものもあれば、後に検討するような文化帝国主義や文化的な均質化をめぐる理論のように、それを悲観的に捉えているものもあるが、後者の議論について Tomlinson は次のように述べている。

コーク、マクドナルド、カルヴァン・クライン、リーヴァイス、ダラス、IBM、マイケル・ジャクソン、ナイキ、CNN、マールボロ、シュワルツェネッガーなどといった世界的なブランドや大衆文化的なアイコンは、いまや陳腐なものになってしまった。(中略)しかし、こうした画一的な文化的商品の普及は、世界中の広大な市場を制するいくつかの資本主義企業の力のほかに、いったい何を示すのであろうか。もし、こうした商品のグローバルな存在そのものが資本主義の単一文化への収斂を示す証拠だと仮定するなら、我々はやや貧困な文化の概念を利用していることになる。

(Tomlinson 1999:83=2000:148)

この引用、およびその後の議論で Tomlinson が述べていることは、大衆文化やポピュラー文化は、すべて商品に還元されるわけではない、という点に尽きる。これは第1章で引用した「米国には、考え方や生活様式を生み出し、世界中に浸透させる手段が圧倒的にある」(Rosendorf 2000=2004: 141) といった立場とは一線を画するものである。Tomlinson によれば、大衆文化やポピュラー文化の流通には、人々の人生に意味を与えるような側面があるのであり、そういった商品と人々が交渉する余地が残されているということである。これは、マクドナルドの東アジア地域での受容を論じた Watson らによる研究ともかかわる点であるが (Watson eds. 1997=2003)、そういったグローバルに流通する商品と私たちとの交渉の余地は残されているにもかかわらず、文化的均質化論や文化帝国主義の立場からグローバルな文化の成立を懸念する立場はそれを無視していると Tomlinson は主張するのである。

以上が、Tomlinson の理論の概要であるが、この理論において、ポピュラー文化、大衆文化のグローバリゼーション、そしてアメリカは、どのように位置づけられるのだろうか。

すでに触れたように、Tomlinson の理論において、ポピュラー文化や大衆文化は重要な位置を与えられている。なぜならば、Tomlinson によれば、ポピュラー文化や大衆文化とは、私たちの実存に影響を及ぼし、人生の物語の台本を提供するからである (Tomlinson 1999:7=2000:44)。確かに、テレビドラマ、映画、音楽といった大衆文化やポピュラー文化の受容を考えてみれば明らかなように、それらを視聴することで、私たちは自分の人生の参考にしたり、笑ったり、感情を表現したりすることがある。それは、間違いなく、今日におけるグローバリゼーションの一次元を構成している。しかし、そのような意味的な



側面と、商品、コミュニケーション技術、メディアが普及することによってもたらされる「複合的結合性」といった側面は区別されるべきであると Tomlinson は述べているのである。そして、Tomlinson が、脱領土化としてのグローバリゼーションにとって重要だと考えているのが、後者の経験である。テレビやウェブ・ブラウザについて次のように述べている。

それら[テレビやウェブ・ブラウザのこと、引用者補足]は、文化的地平をその他の活動や価値や生活様式に向かって広げるようなかたちで、遠くの他者と我々を結びつけることができる。また、それらは、我々のローカルな地域が世界の遠くの場所と（良くも悪くも）つながっているという意識を強化することもできる。さらに、意味のある社会的・文化的・道徳的コンテクストとしての世界そのものに対する意識を我々にもたらすこともできる。(Tomlinson 1999:170=2000:296)

そして、こういった経験こそが、コスモポリタニズムと呼びうるような気質を涵養していくのではないか、という点を示唆している。Tomlinson は、Robertson (1992=1995) を引用しつつ、グローバリゼーションが不可避的に人びとの間に「世界は単一である」という意識を発生させると述べる。それに伴うコスモポリタニズムとは、「『地球地区』に住む資格を持った道徳的人間にふさわしい気質」(Tomlinson 1999:183=2000:344) と定義される。そこには次のような特徴がある。

より広い世界を、ローカル性の中に住む我々にとって意味のあるものとして捉える意識であり、他の諸文化と結ばれているという感覚であり、さらには、文化的差異をいっそう広く受け入れようとする態度であるといえるだろう。(Tomlinson 1999:183=2000:344)

当然のことながら、グローバリゼーションによってもたらされる「近さ」の感覚が、ただちに、コスモポリタニズムに転化するわけではない。しかし、近代性のなかの脱領土化の経験のなかにこそ、そういったコスモポリタニズムの可能性が存していると主張しているのである。

このような Tomlinson の議論を見てくるならば、大衆文化やポピュラー文化のグローバ

リゼーションについて、それが、脱領土化を介して、コスモポリタニズム的な気質を涵養しているのか否か、検討されるべきだという方針を引き出すことができるだろう。そして、そこでは、たとえば、第1章で見てきたようなアメリカの役割の大きさは、あまりにも商品や物質の側面を強調し過ぎたものだということになるだろう。

### 第3項 アーカイブを提供するアメリカ——Arjun Appadurai の乖離としてのグローバリゼーション論——

続いて、Appadurai の理論について検討しよう。まず、その理論の概要は次のようなものになる。

Appadurai の理論は、しばしば指摘されるように（吉見 2004）、民族の景観（エスノスケープ）、メディアスケープ、ファイナンススケープ、テクノスケープ、イデオスケープといった5つの景観が乖離している点に、グローバリゼーションの本質を見出したものである。

とりわけ、人間が地理的に移動することを強調している点は、Tomlinson の理論との大きな相違である。Appadurai は、人の地理的な移動とメディアへの接触が相互に関係しあった際に、近代性の段階とは異なる段階の公共的な空間が生じていると主張するが、それは Tomlinson が見出した脱領土化の経験をより一層複雑にしたものだと言える。Tomlinson が脱領土化という観点から、リビングのような「家」に居ながらにして味わうことのできるような独特の近さの感覚に注目したとすれば、Appadurai が注目しているのは、そういった「家」に留まっていることが、今日においては自明視することができず、人々が絶えず移動しているという事態である。それは、近代の段階とグローバリゼーションの段階の区別にもつながっている。それゆえ、グローバリゼーションを近代性の内部に位置づける Tomlinson に対し、Appadurai は、近代性とは異なる新しい段階にグローバリゼーションを位置づけている。

さらに、Appadurai の理論は、中心と周縁、プッシュ要因とプル要因といった観点から、世界を理解しようとする二分法を拒んでいる点にも特徴がある。世界規模での相互作用は、昔から存在してきた。しかし、現在のそれは、かつてとは全く異なるものであると主張するのである。

この点は、たとえば、アメリカのポピュラー音楽のフィリピンにおける受容について、Appadurai が考察している下りを検討することによって、より明確になるだろう。

Tomlinson の理論によれば、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーション（とりわけメディアやコミュニケーション技術）は、人々の文化と場所の自然な結びつきを疑問に付す、脱領土化の経験をもたらす可能性を秘めていたものであった。しかし、Appadurai の理論によれば、ポピュラー文化や大衆文化はそのようなものとしてではなく、単線的な時間感覚に亀裂を入れるきっかけを提供するようなアーカイブとして捉えられている。Appadurai は、アメリカ人の旅行者が、フィリピンにおいて目撃するアメリカのポピュラー音楽を例に取っている。それは、そのアメリカ人にとって懐かしい昔の音楽である。しかし、そのフィリピンでの演奏形態は最新の技術の意匠をまとった現代的なものである。加えて、その音楽を当のアメリカ人以上に、フィリピンの方がよく知っているようであり、さらに、アメリカ人より多くのフィリピン人がその音楽を楽しんでいる。このように、Appadurai の理論において、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとは、単に、空間的に異なる場所で消費されるものにとどまらず、人々の時間感覚を狂わせるようなものとして位置づけられている。なぜならば、フィリピンで消費されているアメリカのかつてのポピュラー音楽は、再新の形態でアレンジされ、演奏されているという意味において、きわめて現代的なものであるからである。これは、大衆文化やポピュラー音楽において、その象徴的な側面と商品や技術としての側面を区別する Tomlinson のアプローチとはまた異なったものである。それは、第1章で見てきたような Rosendorf（2000=2004）の捉え方に近いものの、Appadurai の理論において、アメリカが中心に位置していることを Rosendorf のようには自明視することはできない。Appadurai は次のように述べている。

乖離的なグローバルなフローの世界でおそらく重要なのは、そうした問いかけを始めるにあたって、フローや不確定性のイメージ、つまり<カオス>のイメージに依拠していくことであって、秩序や安定性、システム性をめぐる旧来のイメージを頼りにしない、ということなのである。(Appadurai 1996=2004:59)

このように、Appadurai の理論は、グローバルとローカルの相互作用でもなく、中心と周縁の相互作用でもないようなやり方でグローバリゼーションを捉えようとするものであるといえるが、それだけではない。

たとえば、Appadurai によれば、今日においては、電子的な複製技術の利用や人びとの移動が活発になる。そういったさまざまなフローの中で、想像力が動員されることによっ

て、Anderson (1983=1997) が述べたのとは別の意味で、想像された共同体が成立するとされる。Anderson の「想像された共同体」は、国家と国民とを一つにまとめるような方向で作動するが、Appadurai によれば、それとは異なる方向で、つまり、国民と国家との結びつきを解除するような方向で、想像力が動員される。先に触れたフィリピンでアメリカのポピュラー音楽に遭遇したアメリカ人旅行者が抱く違和感がその一例である。そこでは、アメリカ人がアメリカという場所との自然的な結びつきを、時間感覚のねじれを介して喪失させているわけである。旅行者が行なった地理的移動や、移動先で出会った最新の意匠をこらした電子的な音楽が介在することによって、国民と国家との安定した関係に対して亀裂をもたらすと Appadurai は言うのである。

吉見 (2004) が「非還元的」と整理しているように、このようなイメージは、電子メディアの高機能化や利用の促進、さらに地理的移動の拡大といったことが、今日、私たちの社会で生じている微細な変化に及ぼす影響に関し、安易な理解を拒絶するものだと言えるだろう。ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとは、何よりもフローなのであり、人々によるその経験の仕方は、明確な方向付けを与えることはできず、むしろ、乖離したものとして理解されなければならないというわけである。

本稿にとって、この理論から引き出すことのできる重要な点は、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとは、単線的な時間感覚に亀裂を生じさせるようなアーカイブのような役割を与えられているということだろう。なぜならば、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションは、先進国アメリカを最先端として、フィリピンのような途上国を遅れた国であるとみなすような近代的で単線的な時間感覚を、受容の局面におけるアレンジによって、覆してしまうような側面を持っているからである。そして、そういったアーカイブとなりうるポピュラー文化や大衆文化を供給しているものこそ、アメリカなのである。

#### 第4項 文化的異質化論のなかのポピュラー文化とアメリカ

以上、文化的な異質化の主張に関して、代表的と思われる理論を検討してきた。これらの理論において、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションをめぐる議論は重要な意味を引き出すことができる。

第一に、Clifford が指摘しているように、ポピュラー文化や大衆文化は、移動することによって、異種混濁的な文化を誕生させている可能性がある。そういった移動を起点とし

て、人々と文化の遭遇を研究していくのが Clifford のアプローチである。当然、そのような移動において、人々や文化がどこからどこへ向かっていくのかを考慮する必要性が生じ、アメリカがそういった関係性の中から捉えられるというわけである。第二に、そのようなポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいては、人々の人生の台本となったり、人々の実存に影響を与えたりするような側面と、コミュニケーション技術やメディアとして、人々の間につながりをもたらす側面とに区別するべきだというのが、Tomlinson の主張である。その上で、そういったつながりがもたらす「複合的結合性」はコスモポリタニズムにつながるような気質を涵養する可能性があるとして Tomlinson は言う。第三に、Appadurai が指摘しているように、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションは、近代社会がその原理としているような単線的な時間感覚を複層化する可能性を秘めている。近代的な時間感覚のもとでは、アメリカは先進国ということになるだろう。しかし、アメリカのポピュラー文化や大衆文化は、今日においては、各地で、さまざまな改変を被る可能性を秘めたアーカイブのようになっている。それゆえ、それが様々なやり方で改変されることによって、アメリカや先進国をもっとも進んでいるとする時間感覚に亀裂が入れられるのである。

これらの理論は、今日のポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを考察する上での指針を提供しているものの、Clifford と Appadurai の議論に関しては、何をどのように語れば、そういった理論を実証したことになるのか、それらから演繹できるほど、具体化されてはいない。それどころか、そういった実証的なアプローチの限界すら指摘しているように思える。また、Tomlinson も自らの方法を「現象学的」(Tomlinson 1999:30=2000:60) と特徴づけているように、本当に「複合的結合性」がコスモポリタニズムに相当するような気質を涵養するのかどうかについては明らかにされていない。また、メディアやコミュニケーション技術とそこで伝達される意味を区別する必要性が主張されているものの、まさに、第1章で指摘したようなメディアやコミュニケーション技術の多くがアメリカとかかわっていることをうまく説明できるものでもない。とはいえ、移動や文化が受容される局面に照準を合わせることによって、何らかの文化が生まれる可能性を否定していないのがこれらの理論である。

## 第2節 さまざまなグローバリゼーションの理論とポピュラー文化

それでは、こういった理論は、さらに広範なグローバリゼーションをめぐる研究の中で、

どのように位置づけられるのだろうか。ポピュラー文化や大衆文化の研究において、その重要性は自明であるものの、それらは、さらに広範なグローバリゼーションをめぐる理論のなかで、どのように位置づけられるのだろうか。

既に指摘したように、Appadurai は、明確に、近代性とは異なる新しい歴史的段階が到来したとグローバリゼーションを関連させている。他方で、Tomlinson はそうではない。Tomlinson が依拠している Giddens (1990=1993) も、近代性の一つの過程として、グローバリゼーションを位置づけている。このように、グローバリゼーションの理解が定まっているわけでないことは明らかであるが、このような状況を踏まえ、多くのグローバリゼーションをめぐる議論を整理しているのが Guillén (2001) である<sup>4)</sup>。それによれば、グローバリゼーションをめぐる議論においては主に 5 つの論点が登場しているが、それらについても見解の一致を見ていない。

Guillén (2001) によれば、グローバリゼーションは「世界の政治的、経済的、社会的ユニットと一般的なアクター間における相互依存や相互の意識を増大させる過程」と定義することができる。グローバリゼーションがネオリベリズムのようなイデオロギーを意味する言葉としても用いられている現状があることを踏まえると、それが標準的な定義と言えるかどうかは自明ではないし、その始まりについても諸説ある。歴史の始まりからグローバリゼーションが始まっていたとする説もあれば、世界システム理論のように 16 世紀からの西洋の拡大に始点を設定する理論家もおり、20 世紀の後半、第二次世界大戦後にその始まりを見出すものもいるからである。次のように述べている。

グローバリゼーションの議論をいつから始めるのかという点について、それが、マゼランなのか、メルカトルなのか、ジェームズ・ワットなのか、キャプテン・クックなのか、ニクソンなのか、キッシンジャーなのか、サッチャーなのか、レーガンなのかについて、合意は存在していないのである。(Guillén 2001:237)

見解が分かれているのは起源だけではない。グローバリゼーションをめぐる議論について、代表的な論点を 5 つ上げ、Guillén (2001) は整理している。「グローバリゼーションは本当に起きているのか?」、「グローバリゼーションは収斂を生じさせているのか?」、「グローバリゼーションは国民国家の権威を掘り崩しているのか?」、「グローバル性 (globality) は近代性 (modernity) とは異なっているのか?」、「グローバリゼーションによって、グ

ローバルな文化 (global culture) が出現しているのか？」の5点である。それぞれの論点について、その回答は論者によって異なっている。それゆえ、上記の定義の多様性や起源に関する見解の不一致も含め、グローバリゼーションをめぐる研究は、まとまりを喪失しており、向かう先がはっきりしていない。ただ、それでも一定程度の傾向を見出すことは不可能ではなく、次のように述べている。

ほとんどの研究がグローバル化は実際に生じているとしており、また、収斂については、一部の理論を除いて、生じていないとしている。また、もっとも説得的な研究は、国民国家が退潮しているわけでもなく、また、福祉国家が衰退しているわけでもないことを認めている。いくつかの経験的なデータは近代性がグローバル性とは異なることを報告しており、そして、グローバル文化のようなものが出現しているとは言えないようだ。(Guillén 2001:254)

すなわち、それぞれの論点について見解が不一致であっても、最大公約数的に傾向を見出すことは無理ではなく、研究を積み重ねることによって、ある程度、妥当な見解を導くことは可能ではないかといったことが示唆されている。

それでは、グローバリゼーションをめぐる研究は、いかなる方向に向かうべきか。そして、こういった研究のなかにおいて、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションをめぐる研究はどのように位置づけられるのか。

Guillén は、これまでの社会学の貢献を3点に整理した上で、「比較のアプローチ comparative approach」の重要性を主張している。これまでの社会的な貢献として、一つ目は、グローバリゼーションの本質、その画期的な含意について、理論を用いることによって理解してきたことが挙げられる。とりわけ、社会学理論は、グローバリゼーションの経済的、政治的側面のみならず、文化的、再帰的、美学的な側面に注意を促すことに成功してきたという。二つ目は、マクロ現象学的なアプローチによる理解であり、Meyerに代表される世界社会論 (world-society) の貢献があるという。そして、三つ目は、グローバリゼーションの地域的な多様性をめぐる比較社会学研究の貢献である。グローバリゼーションの効果が地域によって異なっていたり、共通していたりすることについて、事例研究、量的研究の双方によるデータ収集と分析によって明らかにしてきた。

こういった指摘から、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションをめぐる研究

が学ぶ点が多い。これらグローバリゼーションをめぐる研究において、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションをめぐる研究は中心的な位置を占めているわけではなく、むしろ、周辺的な位置に置かれている。他方で、既に検討してきた理論家たちが強調していたのは、それにもかかわらず、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションが果たしている役割があるということである。グローバリゼーションの過程の中で、それらが占めている限定的な位置を認識しつつ、それらの役割を定めていく作業において、「比較」というのは、一つの方向性を示していると言えるだろう。

### 第3節 文化的な均質化の理論のなかのアメリカ——マクドナルド化と文化帝国主義——

前節までにおいて、文化的な異質化の代表的な理論を検討し、グローバリゼーションをめぐる議論の中でそれらが占める位置について確認してきた。ここでは、異質化としばしば対立的に語られる均質化の理論の中で、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションの問題を考察することとする。これらの理論の正しさは、異質化論によって否定されていると考える立場が優勢だろう。しかし、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを考える上でもこれらの理論は無視できるものではない。とりわけ、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいては、アメリカの覇権の問題を無視できないことを指摘したが、これらの理論においては、アメリカに非常に重要な役割が与えられており、その点について考察を加える。

代表的な理論としては、George Ritzer のマクドナルド化の理論 (Ritzer 1993=1999)、そして、文化帝国主義をめぐる理論が挙げられる。そこで、これらの理論が、アメリカをどのように捉えているのか、それを考察していく。

#### 第1項 生活様式を伝播するアメリカ——George Ritzer のマクドナルド化——

Ritzer のマクドナルド化論は、Weber の有名な合理化論を基礎にした理論である。後に述べるように、この理論とグローバリゼーション、そしてアメリカナイゼーションの理論がぴったりと重なるわけではない。しかし、重要な点において、それらには共通する部分がある。ここでは、マクドナルド化論の要諦とそこにおいていかにしてアメリカが捉えられているのか、確認していく<sup>5)</sup>。

Ritzer がいうマクドナルド化とは、社会のあらゆる領域にファーストフード・レストランの原理が浸透していくことである。マクドナルド化には、4つの次元があり、「効率性



efficiency」「計算可能性 calculability」「予測可能性 predictability」「機械による人間の置換 replacement of human with non-human technology」によって特徴づけられる。それぞれについて見ていくと次のようになる。

まず、「効率性」とは、目的に対して最適な手段が選択されることを意味する。Ritzerによれば、マクドナルド化された社会においては、最適な手段それ自体が制度化されているために、人はそれを利用するようになっている。第1に、作業工程が簡素化されている。ハンバーガーの調理に使用される作業ラインを考えてみれば明らかなように、そこでは、生産物であるハンバーガーがスムーズにラインの上を流れなければならない。そこを流れるわずかな時間の間に、ハンバーガーは焼き上がる。第2に、商品が単純化されている。料理するのも、給仕するのも、そして食べるのも簡単である。そこで提供されているものは、フィンガーフードと呼ばれ、ナイフやフォークを必要とせず、食べられる。また、メニューも決して多くない。第3に、ファーストフード・レストランにおいては、かつては従業員がやっていた作業を利用者がこなす。列を作って注文を待ち、サラダ・バーでサラダを盛る。食べ物は自分で注文し、食べ終われば、ゴミを自分で処分し、トレイを返却する。

「計算可能性」とは、ものごとが数えられ、計算され、定量化されることを意味する。マクドナルドはハンバーガーを大量に販売してきた。これは、潜在的な顧客に対し、このチェーン店の成功を示すと同時に、質が良いからこそ売れたのだというメッセージを伝えることにもなる。ビックマックといった名称と商品によって、消費者は、少額で多量のサービスを受け、得をしたという感覚を得る。さらに、販売数、提供される商品のサイズ、販売のスピードが重視される。ドライブ・スルーは、接客時間を短くする。商品の生産工程においては、あらゆる要素が正確に測定されなければならないとされている。

さらに、「予測可能性」であるが、これはマクドナルドのロゴに代表される。そのロゴを見れば、中身の想像がつく。カウンター、その上のメニュー、キッチン、フロアのテーブルと椅子、ドライブ・スルーの受付といった要素である。それは、アメリカ国内のみならず、他の国においても、当てはまる。従業員の接客もマニュアル化されており、行動もルーティン化されている。商品もかなりの程度、同じである。また、各店舗が仕入れる材料の種別はガイドラインに従って厳格に管理されている。

最後の「機械による人間の置換」は、文字通り、大部分が人間から人間に依拠しない技術の体系へと、置換されることである。従業員が引き起こす不確実性が減少され、商品の

ハンバーガーのみならず、労働の過程に対しても管理が強化される。当然、そのような機械化は、消費者が引き起こす不確実性の減少とも結びついている。

以上のことは、マクドナルドに代表されるファーストフード・レストランの原理であるが、こういった要素が、これらレストラン以外の領域にも見出されるようになってくる過程こそ、Ritzer のいう社会のマクドナルド化に他ならない。

それでは、マクドナルド化の理論が、いかなる意味において、グローバリゼーションとかわかっていると言えるか。それは、マクドナルド化の過程が社会の全域に空間的に広がっていくことが、グローバリゼーションの過程と重なっていることから明らかであるといえてよいだろう。しかし、マクドナルド化の理論とグローバリゼーションの理論は、個人の捉え方が異なっていると Ritzer and Stillman (2003) は述べている。マクドナルド化において、個人は、消費の様式が課す合理性によって、個人は、そのモデルが示すようにふるまうよう求められる。一方で、グローバリゼーションは、そういった合理的な消費の様式に遭遇した際、そういったモデルが示すようにふるまうとは想定しないからである<sup>6)</sup>。

そして、マクドナルドはアメリカを象徴するものであることもここで無視することはできない。マクドナルドは、しばしば、アメリカを象徴するものとして、たとえば、アメリカに反対するアクティヴィストによって襲撃されてきた (Berger and Huntington eds., 2002)。

Ritzer and Stillman (2003) によれば、マクドナルド化とアメリカナイゼーションには共通する部分があるとされる。なぜならば、どちらも、世の中が均質化していくことを支持しているからである。他方のアメリカナイゼーションは、アメリカの文化的、政治的、経済的影響力が世界中に広まっていくことである。たとえば、次のように表現されている。

第二次大戦後のアメリカの産業モデルの世界への拡散、1990年代におけるアメリカの消費モデルの世界への拡散、ハリウッド映画、ポピュラー音楽、NBA バasketボールを含むアメリカのメディアのマーケティング、コーラ、ジーンズ、コンピュータの OS といったアメリカの商品の世界への拡散、民主化を支持する努力を含む、ヨーロッパ、アジア、南米との外交・武力衝突、アメリカの大学における軍事的、政治的、科学的エリートの訓練、アメリカの会社による国際的な労働市場と自然資源の発展と使用といったものである。(Ritzer and Stillman 2003:35)

ここで述べられている、映画の領域におけるハリウッドの影響を考えてみよう。ハリウッドのブロックバスター映画は、ヨーロッパをはじめ、多くの地域の国民的な映画産業を駆逐しているといわれる。それらは、公式の配給システムを使って流通するのみならず、海賊版が第三世界において路上で販売されている。インドや中国のように、自国で大量の商業的な映画を作成している国においてすら、アメリカの映画が上映されている。それに加え、自国の映画も、アメリカ的なやり方で製作されるようになる。西洋の観客に向けて、中国をエキゾチックなものとして描く Zhang Yimo (チャン・イーモウ) や Chen Kaige (チェン・カイコー) がその代表的な例であるとされているが、それは、中国映画でありながら、アメリカ的な作法を導入しているという意味において、アメリカの影響力の大きさを示すものとされる。

このような観点からすると、マクドナルド化が、アメリカナイゼーションと共通する点があることが見えてくるだろう。マクドナルドに象徴されるファーストフード・レストランの原理は、アメリカが発祥の地である。そして、ハンバーガーを食べるといった消費の様式はアメリカを象徴するとされる。そういった原理が世界の各地で徹底されていくことは、アメリカの消費の様式が世界各地で徹底されていくことを意味する。それは、マクドナルドが店舗として単に拡大しているという意味以上に、そこでのやり方が、ハリウッドの仕組みが中国映画に導入されるようなやり方で、組み込まれていくことをも意味する

## 第2項 支配者としてのアメリカ——Schiller、Dorfman and Mattelart の文化帝国主義論——

マクドナルド化論以上に、文化の流通における力関係の相違を重視する立場が文化帝国主義理論である<sup>7)</sup>。代表的な理論家としては、Herbert Schiller が挙げられる (Schiller 1979)。以下では、Schiller の理論を検討し、そのヴァリエーションとして、Dorfman と Mattelart の理論についても触れる。

Schiller の理論は、Wallerstein の世界システム理論に代表される従属理論を基礎に、「トランスナショナル・メディア」と彼が呼ぶメディアが果たす役割を強調したものだと言える。従属理論とは、Schiller によれば、産業がそれほど発達していない国の発展が、その国の外部でなされている決定の影響を受けていることを主張する立場である。同時に、グローバルな世界における国際分業と資源配分とが、産業化が進行した世界の中心となる国の決定に左右されることが強調される。そういったグローバルで不均衡なシステムの中心

にあるのが多国籍企業であるが、Schiller の理論の核心は、そこにおいて、メディア企業が多国籍企業を理念的に（イデオロギー的に）支える役割を果たしていると主張するところにある。

Schiller のいうトランスナショナル・メディアとは、たとえば、映画会社であったり、出版社であったり、テレビ番組制作会社であったりする。これらは、何らかのメッセージを発生させたり、流通させたりするが、そういったメディアは、国際的な情報が流れるシステムの一部を構成している。そういったシステムの中にあるのが、多国籍企業であり、それらの企業は（メディア企業それ自身も含むが）、製造、産業、金融、行政的なオペレーションを行っている。こういった過程において、メディア企業は、システムやその中心に君臨している多国籍企業を支えているとされる。

そういったメディア企業は、ここでもやはりアメリカに出自を持つ。第二次世界大戦後の大衆文化やポピュラー文化の世界的な浸透の背景にあるのは、Schiller によれば、多国籍企業になったアメリカの企業の拡張にある。映画、テレビ番組、ゲーム、レコード、雑誌の製造は、いくつかの巨大企業になり、利益を最大化するように統合される。そして、「情報の自由な流通」という原則のもと、市場拡大が目指される。Schiller は、アメリカの影響下で、マスメディアの商業化がいかに広範に観察されているのか、そして、こういったメディアの影響によって、生活様式がいかに画一化されたものになるのかを強調する。

こういった Schiller の理論に対しては、これまで見てきたようないくつかの批判が可能である。Tomlinson の理論からは、そういった商業化されたアメリカのネットワークはあまりにも資本や物質という面を強調し過ぎているのに加え、それを受容する人とのかわりを加味する必要性を引き出せるだろうし、Appadurai においても同様である。また、この理論は、第二次大戦後から 1970 年代までのおよそ 20 年間の情勢の分析に基づいており、現時点からみて、再検証の余地があるともいえる。

また、Schiller と類似した立場から、ラテンアメリカにおけるディズニーの問題を論じているのが Dorfman と Mattelart である。大量に商品化されて流通しているウォルト・ディズニーのコミックこそがそこでの批判の対象である。そして、それらが人びとの価値観の均質化をもたらすと論じている。例えば、次のような一節がある。

ディズニー一家は国境やイデオロギーなどを超越し、人種・習慣・言語の違いを打ち消してくれる。彼らのパスポートに国籍は記載されておらず、ミッキーたちは国家

のあいだに架けられた橋の役をにない、その橋を渡ってすべての人間がお互いに交流することができる。(Dorfman and Mattelart 1984=1984: 13)

これが均質化の主張であることは指摘するまでもないだろうが、それがまた、アメリカ的なものであることは、次のような一節から明らかである。

ディズニーに対する攻撃は、なにも目新しいものではない。彼はしばしば「米国的生活様式」の宣伝係として、幻想を売る旅商人、「非現実」のスポークスマンとして非難を浴びている。それらの攻撃のすべてが正しいにもかかわらず、ディズニーのキャラクターたちを生み出している中心的な動機や、チリのような従属国に対してもつ眞の危険性は、そうしたことでは示されてはいない。眞の脅威は、彼が米国的な生活様式のスポークスマンであることにではなく、彼が米国的な生活の夢を代表していることにある。それは米国が自らを夢に見てあがなう仕方であり、ラテンアメリカの私たちに固有な現実を、米国の救済のためにだけ表現しろと要求する中枢国のあり方である。(Dorfman and Mattelart 1984=1984: 171)

こういった主張が、従属理論の主張を下敷きにしていることと同様、受容の際に発揮される受容者の能動性を看過しているといった批判が成立するのは明らかであろう。他方で、Ritzer のマクドナルド化の理論同様、アメリカ的な大衆文化のそれ以外の地域への浸透を記述していると言える。ただ、それに対する評価は、Ritzer 以上に、批判的なものである。

ドナルドが陽気な顔をして無邪気にチリの街頭を歩きまわっているかぎり、彼が権力を象徴し、私たちの集合表象であり続けるかぎり、帝国主義とブルジョワジーは、安らかにまどろむことができる。だが、敵が私たちに押しつけている日常生活観を見直し、私たちの実践すべてを育てあげる文化的培養器であるその生活観を廃棄するならば、ドナルドの幻想的な笑いやこだまは消え去って、しかめっ面があらわになるだろう。(Dorfman and Mattelart 1984=1984:181)

このように、Schiller であれ、Dorfman と Mattelart であれ、文化帝国主義理論は、メディアのような文化的な要素と帝国主義との結びつきによる支配を強調する。そして、そこ

で支配を行うと想定されているのはアメリカの企業である。文化帝国主義論は、Ritzerのマクドナルド化論以上に、そういった現状、アメリカに対して批判的であると言えるだろう。

#### 第4節 均質化論と異質化論の対立の先へ

以上、文化的な異質化論と均質化論の検討を行ってきた。異質化論においては、受容の局面に力点が置かれ、そういった局面から、アメリカを捉えていこうとする。Cliffordにおいてもそうであるし、Appaduraiにおいてもそうである。Tomlinsonは、むしろ、受容の局面から、コスモポリタニズムと呼びうるような気質が涵養されているかどうかこそが重要な点であると指摘する。他方で、均質化の理論は、受容の局面以上に、送り手に力点を置くといつてよいだろう。そこにおいて、アメリカは、価値観を伝播するのみならず、支配までも行なっているとされる。こういった均質化論と異質化論の対立は、第1章のポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションをめぐる議論ときわめて類似した構図を持っている。アメリカ主導ではないポピュラー文化のグローバリゼーションをめぐる議論においては、送り手のアメリカの中心性が、受容の局面から捉え返されるのではなく、むしろ、受容研究とは独立に、素朴に前提とされているのではないかと指摘した。本章で検討してきた文化のグローバリゼーションをめぐる議論においても、送り手に力点を置くのか、受け手に力点を置くのかによって、アメリカの問題は異なった現れ方をするといいだろう。

この点について、実は、Appadurai自身も、次のように述べている。

これらのグローバルなフローを相対的に決定するような力となるような所与の秩序は存在するのだろうか。(Appadurai 1996: 47=2004:94) <sup>8)</sup>

ここでフローと述べられているものは、ヒト、モノ、カネ、情報、イメージといったものがある場所からある場所へ移動していく事態を意味しているといつてよい。そして、そういったさまざまなヒトやモノの移動の中で、どれかが別の何かに先行したり、別の何かを規定していたりするのだろうか、とAppaduraiは問うているのである。そして、それについては、基本的に、「文脈依存 (context-dependent)」(Appadurai 1996: 47=2004) だとしている。

こういった指摘を踏まえるならば、次のようなことが言えるのではないだろうか。ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいては、アメリカ主導ではないようなやり方での流通が見られるようになってきたものの、それ以前は主にアメリカがその流通を規定していた。そして、受け手や担い手の分析は、そういったグローバリゼーション、フローや流通の終点の部分において、人々は、商品としてのポピュラー文化や大衆文化とさまざまな交渉を行っているがゆえに、送り手に力点を置いた均質化論の主張が必ずしも正しくないことを明らかにしてきた。

しかし、それは、そういったポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいても、受け手や文化の担い手とアメリカがまったく無関係であることを意味するわけではないだろう。そうではなく、ただ、アメリカの価値観に染まっているわけではないことを意味するに過ぎない。確かに、受け手や文化の担い手は、さまざまな交渉を行う中で、文化に対する意味づけを変容させていると言えるかもしれない。しかし、そういった局面においても、アメリカ的なものは関与しているのではないだろうか。すなわち、受け手や担い手の分析を通して、均質化論を批判していくような方向性ではなく、受け手や担い手の局面において、いかにアメリカ的な要素が関係してくるのか、そういった分析が必要になってくるのではないだろうか。

そこで、第3章においては、独立系の映画ファンがインターネット上に形成したコミュニティを事例として取り上げ、考察を加えている。これは、成員が多国にわたっているという意味で、また、そういった成員の文化的背景を活かしたコミュニケーションがなされているという意味において、今日的な「集まり」であると言える。他方で、そういった「集まり」の支援とアメリカは無関係ではない点について指摘している。

第4章においては、反アメリカ的なイメージが持たれていながらも、グローバルな範囲で親しまれているサッカーを取り上げている。サッカーの反アメリカ的なイメージは、選手の出身地、文化的背景に由来するといっていよう。そこで、そういった選手の国際的な移住に注目しながら、そういった側面といかにアメリカが無関係ではないかについて、サッカー後進国の日本におけるサッカー移民を取り上げながら、考察を加えている。

第5章では、「日本人の意識」調査の分析を行いながら、ポピュラー文化研究や大衆文化研究への含意を引き出している。それによれば、日本人が親米であることが確認できるが、その調査におけるアメリカを好んでいる層の減少が何に起因するのかの分析を行いつつ、それが時代の変化と関係が深いことを指摘している。他方で、ポピュラー文化や大衆

文化というのは、私たちの生活の次元を構成しているものであり、そういった関係性において考察されなければならないことを示している。



### 第3章 コミュニケーションのインフラと言語に現れるアメリカ——独立系映画ファンのインターネット上のグローバルなつながりを事例として

前章においては、文化のグローバリゼーションをめぐる議論において、均質化論と異質化論といった対立を再考することを通して、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとアメリカに関する議論の含意を引き出してきた。そして、大衆文化やポピュラー文化研究においては、送り手から、受け手へと、分析の力点が転換していくなかで、送り手中心の分析が前提としていた担い手や受け手の受動性や均質性が批判されながらも、今度は逆に、送り手側の影響力の大きさをうまく扱えなくなっているのではないか、という問題を提起した。そこで重要になってくるのが、アメリカの影響力がそれほど顕在化していないようなところから、アメリカの存在やその影響力を明らかにしていくような方向性である。本章では、インターネット上に形成された多国・多地域の成員を有する独立系映画ファンのコミュニティを事例として取り上げ、確かに、現代においては、かつては見られなかったような「複合的結合性」(Tomlinson 1999:7=2000:20)が見られるけれども、そういうところにおいても、アメリカが関わってくることを論じることとしたい。

#### 第1節 先行研究——ポピュラー文化・大衆文化の越境とインターネット

第1章で言及したように、1990年代以降、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化の流通が顕在化するようになり(岩渕 2001)、そのような過程こそがグローバリゼーションの新しさに関わっていることを指摘した。しかし、その内実は、日本のテレビドラマの台湾における受容であったり(岩渕 2001)、韓国のテレビドラマの日本における受容であったり、その逆、あるいは、アジア地域を中心とする二国間の関係のものである場合が多い(岩渕編 2004; 毛利編 2004; 石田・木村・山中編 2007)。マクドナルドの東アジア地域における受容を扱った Watson eds. (1997=2003) も、台湾、日本、香港といった地域でのマクドナルドの受容を扱っており、北京、台北、ソウル、日本、香港に関して貴重な研究となっているものの、つながり方という観点からするならば、二国間のものである。日本におけるラップミュージックの受容を扱った木本(2009)も同様である。しかし、本当にグローバリゼーションと形容しうるような社会変動が生じているならば、さらに多様なつながり方が存在しているのではないだろうか。

第2章で触れた Tomlinson は、ポピュラー文化や大衆文化の意味的な側面とそれを媒介

するコミュニケーション技術とを区別する必要性を指摘していた。それによれば、意味的な側面から、人々は自分の人生の参考になる点や実存的に重要なことを引き出していた。他方で、コミュニケーション技術は、「複合的結合性」(Tomlinson 1999:7=2000:20)を形成し、コスモポリタニズムと呼びうるような気質を涵養している可能性があることをTomlinsonは指摘していた。しかし、Tomlinsonの考察は、その点まででとどまっており、それが本当にコスモポリタニズムを涵養するのか、また、たとえば、ウェブブラウザの重要性について言及されていても、そこにおいて「集い方のパターン」(辻 2008)の多様性が観察されることについてはそれほど踏み込めていない。

ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとインターネットとのかかわりについて検討してみると、たとえば、曹李(2010)による、韓国のインターネット上における日本のポピュラー文化受容の研究が挙げられる。また、韓流ブームとのかかわりでいうと、村上(2007)もあるものの、二国間に限定されているという点において、上に挙げたものと同様である。Tomlinsonが「複合的結合性」(Tomlinson 1999:7=2000:20)として概念化しているように、グローバリゼーションを考察する上で、様々なつながり方があることは無視できない。そして、そういった結合性をもたらすものがコミュニケーション技術であり、今日においては、インターネットがその一つを構成することに疑いがないだろう。

たとえば、インターネットがもたらす人々の共同性は「バーチャル・コミュニティ」という観点から、社会学が伝統的に扱ってきた地域的なコミュニティを拡張するものとして、捉えられている。それは、次のように特徴づけられる。

バーチャル・コミュニティでは、画面上で言葉を用いて喜びや怒りを交わし合い、知的な会話に加わり、商行為を行い、知識を交換し、精神的な支援を共有し、プランを立て、ブレインストーミングを行い、ゴシップをまき散らし、争い、恋に落ち、友達を見つけては失い、ゲームに興じ、ふざけ合い、多少の芸術を創造したり、まったくのむだ話をしたりする。実生活でするとほとんど同じことは何でもする。ただし、自分の肉体だけは後ろに残して。(Rheingold 1993=1995: 16)

ここからもうかがえるように、インターネット上のつながりにおいては、地域的なコミュニティと同じようなことが行われている。そこには、結婚式や誕生祝いや葬式も含まれているようである。地域的なコミュニティとこういったバーチャルなコミュニティの唯一の

相違点は、そこに身体が関与しているかどうか、という点にあるとされる。そして、この Rheingold (1993=1995) は、こういったコミュニティが有している社会変革の可能性を肯定的に捉えている点に特徴がある。それが実証されているわけではないものの、そういった点においては、本稿で検討してきた「複合的結合性」がもたらす可能性について言及している Tomlinson の議論と共通する部分があると言ってよいかもしれない。

しかし、インターネットがもたらすコミュニティの変革力について懐疑的なのが、Calhoun (1998) である。それによれば、確かに、インターネットは、コミュニティや政治的活動に変容をもたらす局面にかかわっているけれども、それがこれまでの、都市のような場所で形成されてきた関係性に関する歴史を踏まえない議論であるならば、誤解をもたらすだろうし、また、対面的な関係性と人々が電子的なネットワークにつながる時の相違を意識しなければいけないと述べている。それに同意しているのが Delanty (2003=2006) であり、バーチャル・コミュニティは既存のコミュニティを補足するようなものであることを強調している。また、DiMaggio et al. (2001) も、インターネットをそれ以外の制度や政治経済的要因との関係で分析する必要性について指摘している。

あるいは、こういったインターネットのようなつながりがもたらす力について、やや異なる観点から論じているのが Wellman (2001) である。それによれば、コミュニティという概念は、集団ではなく、ネットワークという観点から理解されるべきであるとされる。なぜならば、今日的なコミュニティは、集団 (group) ではなく、ネットワーク (network) によって機能しているからである。換言するならば、「人々は自身の周りの同じグループに収まるというよりも、それぞれの人がそれぞれの『個人的なコミュニティ』 (personal community) に属している」 (Wellman 2001: 227) と述べられているように、個人個人がそれぞれ複数の異なるコミュニティに属しているのが今日の私たちの生活であり、そういった個人間のつながりによって形成されているのが今日のコミュニティであるというわけである。そして、コンピュータ技術の発展と浸透は、そうしたネットワークの形成の重要な次元を構成しているとされる。

そういった Wellman (2001) の議論を受け、バーチャルな「コミュニティ」から「ネットワーク」へと、力点を移しているのが, Castells (2001) である。それによれば、インターネットが果たしている役割のうち、もっとも重要なものは、個人主義に基づいた社交性の新しいパターンを形成することである。そして、ここでも力点は、集団ではなく、個人に置かれている。

ネットワーク化された個人主義のパターンを形成するのはインターネットではない。そうではなく、インターネットの発展が供給するのは、社交性の有力な形式としてネットワーク化された個人主義が拡がることの物質的な支援を適切に供給することにある。(Castells 2001:130-1)

端的には、ここで述べられていることは、インターネットのような手段が効果をもたらすのは、個人主義にかかわる面であるということであろう。それをネットワーク化された個人主義 (networked individualism) と呼んでいる。

このように、インターネットがもたらす関係性については、必ずしも、ポピュラー文化や大衆文化をめぐる議論という以上に、コミュニティやネットワークという観点から議論されてきたといえるが、当然、これらは、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとも無関係ではないはずである。そして、そういった文化受容の局面において、それらが資源として用いられ、個人に対して作用している可能性がある。

ただ、本章では、独立系映画ファンのそういったインターネットを介した集まりを、個人に及ぼす影響というよりは「集まり」という観点から捉え、また、それを事例として取り上げ、そことアメリカがかかわっているのかを考察することとしたい。

## 第2節 ハリウッド映画に代表されるアメリカの大衆文化・ポピュラー文化と独立系ジャンル

ファンたちが形成したつながりに言及する前に、独立系というジャンルとアメリカとの関係について、ハリウッドのブロックバスター映画と比較して捉えておくこととしたい。今日の社会におけるポピュラー文化のグローバリゼーションを考察する上で、アメリカの影響力が大きいことは既に指摘してきたが、その理由について、次のような点が指摘されている。

米国は二十世紀初めの三分の一をかけて、大衆文化を海外に効率よく広めるのに必要な海底ケーブル、ラジオ・無線、通信社、航空術など、情報・通信および旅行部門の開発に力を入れ、いち早く支配するようになった。(Rosendorf 2000=2004: 156)

ここでは、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーション、流通を可能にする条件面におけるアメリカの圧倒的な地位が確認されている。さらに、次のようにも指摘されている。

米国の大衆文化は、セクシーであったり、暴力的、魅惑的、物質主義的、ロマンティックであったりする。娯楽の場合も、消費財のマーケティングの場合も、一般的に楽観的で、低俗で、民主的である。その多くが、個人主義と反権威主義、そして権利を奪われた者が権力者を打ち負かすのを賞賛するものだ。米国の大衆文化は本質的に「アメリカ的」なところが多々あるものの（中略）その普遍的なテーマは商業的に有効であるために意図的に選ばれており、別の文化にもきわめてうまく移すことができる。（Rosendorf 2000=2004: 157）

ここで指摘されているのは、アメリカの大衆文化やポピュラー文化は、「売れる」ことを意識して作製されているがゆえに、他の地域にも移植できるというわけである。つまり、商品としての性質を備えたものであることがその特徴であるとされる。そういったアメリカのポピュラー文化や大衆文化のなかでも、ハリウッドの映画は代表的な例であり、とりわけ、ブロックバスターと呼ばれるようなハリウッドの映画がこのような特徴を備えていることを否定するのは難しいだろう。

他方で、ブロックバスターと呼ばれるようなハリウッドの映画のみならず、独立系と呼ばれるジャンルの映画も製作されている。今日のハリウッド映画の隆盛は、圧倒的な資金力を背景に、娯楽産業やエンターテインメント産業と水平的な統合を進めたメジャーと呼ばれるような大手の映画産業を中心に展開されているが、そういったメジャーと時に連帯しながら、あるいは時に独立して、映画を作成するのが、独立系である。両者の関係について、河島（2009）は次のように整理している。

巨大な資本力を背景に市場における支配的な地位を持つこれらの企業は、20世紀前半のハリウッドに成長したスタジオ（＝映画製作会社）を原型にするが、後述するように、現在ではむしろ配給を核とした企業体である。（中略）メジャーの系列に入らないものを独立系（インディペンデント）と呼ぶ。（中略）独立系は、低予算でつくられ、内容の芸術性や社会性に重きをおくような作品が多い。（河島 2009: 89）

ハリウッドのブロックバスター映画は、商業路線を狙ったメジャー系列のものだと言えるだろう。しかし、独立系とは、必ずしもそのような範疇には入らない。低予算であり、かつ内容にこだわるといった意味において、独立系は、アメリカらしくないジャンルであると言えるかもしれない。

## 第2節 事例——独立系映画ファンのネットワークについて

以下では、このような独立系と呼ばれるようなジャンルの作品のファンたちがインターネット上において形成したコミュニティを取り上げ、そこにおける「複合的結合性」(Tomlinson 1999:7=2000:20)のあり方について考察を加えたい。この映画とそのコミュニティは、いくつかの点で興味深いものとなっている。

第一に、映画の内容が、国際的である点である。また、その表現形式も、ブロックバスターと呼ばれる映画やドラマとは大きく異なっている。これは、独立系という実験や芸術性にこだわるジャンルだからこそ可能になったものだと言えるかもしれないが、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションにおいて、岩渕(2007)が、テレビ番組等における外国人の表象の仕方も問い直されるべきだと主張していることからもうかがえるように、表象の形式も重要な論点を形成するとするならば、ここで取り上げる映画は、この点に工夫を凝らしたものであることができる。

第二に、ファンたちがインターネット上に、コミュニティを作成し、それらのコミュニティが非常に多くの国からなる参加者を集めた点である。さらに、そのような参加者の活発なコミュニケーションを成立させた。Tomlinsonが「複合的結合性」という際には、それは主に、コミュニケーション技術や媒体といったものによって、空間が拡張されることとかかわっているが、ここにおいては、そこで言葉や画像のやり取りを通じたコミュニケーションがなされることで、単なる技術的なつながり以上の、「集い」を形成している。

第三に、その「集い」の形式は、ある国のポピュラー文化や大衆文化が、別の国のファンに受け入れられ、そのファン同士が同じ国内のファンとコミュニケーションを行う二国間のものではなく、一つの作品、文化をめぐって、複数の国からなるファンがコミュニケーションを行っている。そういった意味においては、本章で取り上げる事例は、グローバリゼーションと形容されるのにふさわしい、きわめて現代的な形式であるといえる。以下では、これらの点について検討した後、それが意味する点に考察を加える。

### 第1項 作品の内容と表現形式

本章で、取り上げる作品は、独立系の映画監督リチャード・リンクレイターが製作した映画『ビフォア・サンライズ (Before Sunrise)』(1995年)、『ビフォア・サンセット (Before Midnight)』(2004年)と、そのファンたちがインターネット上に形成したバーチャル・コミュニティである。これらの作品には、その続編として、同じ監督、キャストで『ビフォア・ミッドナイト (Before Midnight)』(2013年)という作品が製作・公開されており、様々な面で、実験的な要素、芸術的な要素の多い作品となっている。

まず、その特性について、映画の意味的な側面とその表現技法の側面から触れておくこととする。

『ビフォア・サンライズ』のオープニング・シーンは、ブタペストからパリへと向かうユーレイルのシーンから始まる。そこで、20代前半のアメリカ人旅行者の男性ジェシーと同年代のフランス人旅行者の女性セリーヌが親しい仲になる。アメリカ人男性ジェシーは、その翌日にウィーンから帰国する予定であり、親しい仲になった二人は、ウィーンでユーレイルを下車し、翌朝、夜明け前(ビフォア・サンライズ)まで一緒に過ごす。恋愛関係になった二人は、半年後にウィーンで再会することを誓って、別れる。これが一作目の内容である。

二作目は、その9年後にパリを舞台にしたものである。パリの本屋で、作家となったジェシーとセリーヌは再会する。その再会は、9年前の2人の間に起こった出来事をジェシーが小説にし、それを読んだセリーヌが、パリの書店で小さな講演を行うジェシーに会いに行くことによって果たされる。9年ぶりに再開した2人は、ジェシーがアメリカに帰国するまで、すなわち日暮れ(ビフォア・サンセット)までを一緒に過ごす。

三作目の『ビフォア・ミッドナイト』では、さらに9年後、ギリシャを舞台に、既に40歳前後になり、結婚したジェシーとセリーヌとその子どもの夏のバカンスが描かれる。

これらにおいて、2人の恋愛から結婚へと至る関係性は国際的なものとなっている。また、映画の舞台も、ウィーン、パリ、ギリシャとそれぞれヨーロッパの都市となっており、実際に、その地でロケを行っている。

このような内容を確認するならば、それほど面白みもなく、一見して平凡であるような印象も受けるが、実際には、表現上の工夫という面で、趣向がこらされている。たとえば、一作目は、モダニズムの実験的な作品としてよく知られているジェイムズ・ジョイスの『ユ

リシーズ』を下敷きにしており、会話劇となっている。その特徴はその後の二作にも継承されている。また、同じ監督とキャストで3作品を9年の時間幅を持って作成することによって、登場人物の加齢による変化を忠実に再現している。1995年に20代と若かった2人は、2004年には30前後になり、2013年には、中年に差しかかり、子育てを行っている。多くの映画が、一時点の登場人物を扱っていることや、加齢の度合いをメイクといった人為的な作為によって表現しているのに対して、これらの作品では、そういった現実世界での見にくい部分も現実味があるように再現している<sup>2)</sup>。

さらに、限られた時間のなかで、非常に現実的な会話を描いている。これらの作品は、既に触れたように会話劇であり、時間幅はきわめて短く、「夜明けまで」、「夕暮れまで」、さらに「深夜まで」といったきわめて短い時間幅で会話を中心に物語を進行させている。その会話も日常会話に近く、映画らしいセリフが制限されている。それによって、私たちは、私たちの日常生活がきわめて忠実に再現されていることを感じ取ることができる。

それから、登場人物の動きや移動のなかに会話や風景をはさんでいる点にも特徴がある。こういった映像の形式は、第2章で触れた Clifford の「旅する文化」(Clifford 1992) という理論を想起させる。たとえば、一作目であれば、ユーレイルのシーンで始まり、ユーレイルのシーンで終わるが、国境を横断して移動する動きが描かれている。また、パリやウィーン、ギリシャの街を散策しながら、会話が進行していくため、セットではなく、ロケで行なわれているが、主人公の二人の会話が風景の中を移動しながら展開することによって、動態性が強調されている。このように、細かい点でのこだわりを挙げればきりがなが、こういった要素は、いわゆるブロックバスターと呼ばれるようなハリウッド大作にはない要素であり、独立系だからこそ可能になる実験性、芸術性をよく表わしていると言える。以下では、これらのファンたちが形成したインターネット上のコミュニティについて分析していく。

## 第2項 ファンたちが作成したインターネット上のコミュニティについて

さて、これらの映画を視聴した人たちは、ハリウッドのブロックバスターと呼ばれる大作と比較して、それほど多くないと思われるが、一部の熱狂的なファンたちがインターネット上にヤフーのサービスを利用してメーリングリスト(ヤフーグループ)を作成し、その成員は、グローバルなものとなった。その数は、2011年の段階で、5000人を越えていた。2作目の『ビフォア・サンセット』がアメリカで公開された2004年7月前後に作成



され、その後、成員は少しずつ拡大していったようである。そのコミュニケーションは『ビフォア・サンセット』公開終了後も継続し、多い月には、100 通以上のやりとりがメーリングリスト上で交わされている。そのグループのトップ画像が図 3.1 になる。そこからうかがえるように、これらのファンたちは、このグループが、7つの大陸からなる 50 の国の成員を有する国際的なグループであることを強調している。

**Description**  
 This group is for fans of the Richard Linklater movies *Before Sunrise* and *Before Sunset*.

If the phrases "Daydream delusion, limousine eyelash" or "Baby you are gonna miss that plane" mean anything to you, then we are the group for you.

We are an international group that spans 7 continents of the world and 50 countries. Like Jesse and Celine themselves, we generally do not have any limit on the things we talk about. This group is our virtual cafe, and a chance for us to talk about the movies themselves, or anything else that comes to mind. Come hang out while we all wait to find out if there will be a 3rd film!

Members country list (current through September 2008): Algeria, Antarctica, Argentina, Australia, Austria, Belgium, Brazil, Bulgaria, Canada, Chile, China, Colombia, Croatia, Czech Republic, Denmark, Dominican Republic, Egypt, El Salvador, Finland, France, Germany, Great Britain, Greece, Hong Kong, Hungary, India, Indonesia, Iraq, Ireland, Italy, Japan, Korea, Malaysia, Mexico, Netherlands, New Zealand, Panama, Peru, Philippines, Poland, Portugal, Romania, Russia, Serbia, Singapore, South Africa, Spain, Sweden, Switzerland, Taiwan, Turkey, United States.

This is a high volume group and is very friendly. With that in mind, you might want to choose the "No Email" or "Daily Digest" delivery options when you join us if you don't want to receive a lot of individual emails on a daily basis. Regardless which delivery option you choose, you will have full access to all of this group's discussions. You will also have the



図 3.1 独立系映画ファンたちのインターネット上のコミュニティのトップ画面

このグループの成員の内訳についてももう少し詳しくみてみるならば、すべての成員がそれぞれの属性を公開しているわけではないものの、判明しているもので、男性が 1307 人、女性が 941 人で計 2248 人となっている。また、年齢層については、次の表 3.1 に示した。

表 3.1 ファンコミュニティのメンバーの年齢構成

年齢	～15	16～20	21～5	26～30	31～5	36～40	41～5	45～	合計
数	8	145	284	191	114	60	25	29	856

年齢でいうと、10 代後半 (145 人)、20 代前半 (284 人)、20 代後半 (191 人) が中心で

あるとってよいだろう<sup>3)</sup>。

また、成員の居住地について、判明している分を、集計したのが表 3.2 になる。ここからうかがえるのは、確かに、アメリカが多いものの、イギリス、カナダ、オーストラリアといった欧米圏以外にも、インド、フィリピン、シンガポール、ルーマニア、エジプト、ブラジルといった地域も見られ、多様性が観察されるといってよいだろう。

表 3.2 ファンコミュニティのメンバーの居住地

アメリカ	363	メキシコ	11	トルコ	5
イギリス	59	台湾	11	ベルギー	4
インド	58	インドネシア	11	ハンガリー	4
フィリピン	51	イラン	11	ポルトガル	4
カナダ	40	アルゼンチン	9	アイルランド	4
シンガポール	19	オランダ	9	ギリシャ	4
オーストラリア	18	タイ	8	ベトナム	4
ルーマニア	17	ドイツ	6	スウェーデン	4
エジプト	14	サウジアラビア	6	デンマーク	3
ブラジル	13	香港	6	韓国	3
スペイン	13	パキスタン	6	フィンランド	3
フランス	12	日本	6	その他	43
マレーシア	12	中国	5	合計	879

実際に、メーリングリスト上で交わされたコミュニケーションを見てみると、そのような成員の国際性が発揮されている側面をうかがい知ることができる。たとえば、『ビフォア・サンライズ』の冒頭のシーンは、ユーレイルを舞台にしているが、中年のカップルがドイツ語で口論をすところから始まる。その口論はドイツ語でなされているものの、あるヨーロッパ在住のファンの一人はそれがオーストリア訛りのドイツ語であることを ML 上の投稿で指摘している。あるいは、これらの映画には、フランス語を始めとして、英語以外の言語でなされた会話が数多く登場するが、それらについてもファン同士で翻訳を行い、意味を確認しあうような作業をメーリングリスト上で行っている。

それのみではない。近年、テレビドラマ、映画、アニメ、ドラマの舞台は、あたかも宗

教上の聖地のように、ファンたちが訪れる観光スポットとして、人気を集めており、そこを訪れることは聖地巡礼と呼ばれている。それと同様の現象がこのメーリングリスト上においても観察される。たとえば、これらの映画の舞台でありロケ地であるのは一作目の場合、ウィーンであるが、そのウィーンのどこでロケが行われていたのかが現地在住のファンによって、明らかにされ（図 3.2）、また、別のファンは、そこを訪れた、すなわち聖地巡礼した写真をメーリングリスト上にアップロードしている。同様に、二作目は、パリを舞台とし、かつロケ地としているが、それもパリのどこがロケ地になっているのかがパリ在住のファンによって特定され（図 3.3）、その特定に基づいて、別のファンがその場所を訪れ、さらにその写真をメーリングリスト上でアップロードされている（一例は図 3.4）。

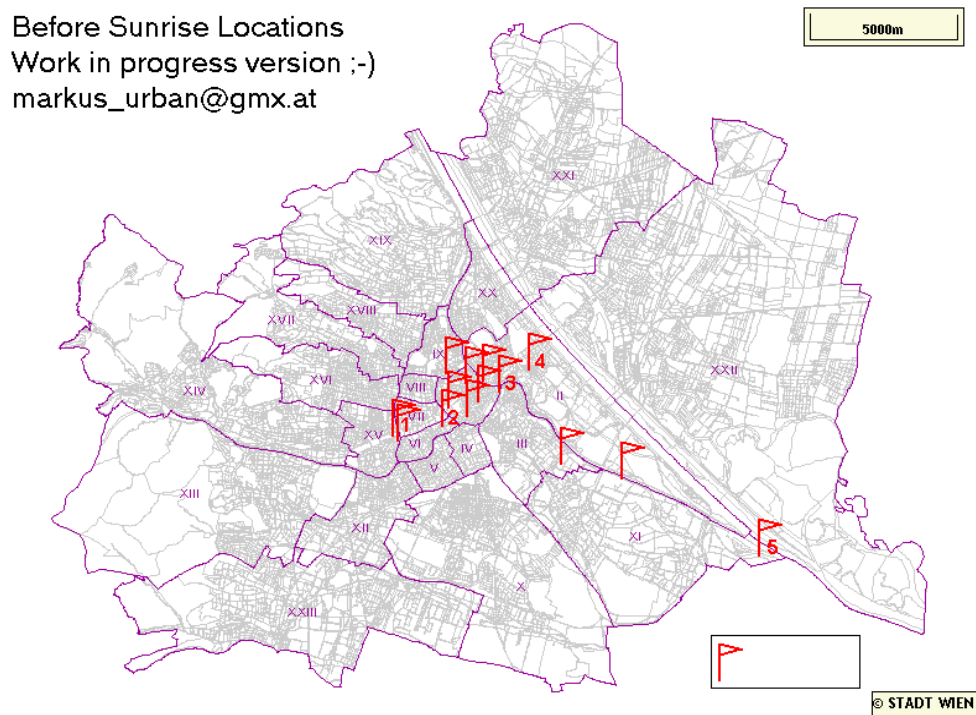


図 3.2 ウィーンの地図上にファンによって特定された映画の舞台（ロケ地）

既に述べたように、これらの作品は、ウィーンやパリを舞台に、登場人物たちが、複数の場所を移動しながら、会話するという構成をとっている。それゆえ、これら登場人物がウィーンやパリで訪れた複数の場所についての情報が、映画のストーリーと重ねあわされながらメーリングリスト上で議論され、また場所が現地在住のファンによって明らかにされているのである。そして、それに基づいて、別のファンがその場所を訪れ、その訪れた

様子をメーリングリスト上で共有しているのである。



図 3.3 パリの地図上にファンによって特定された映画の舞台（ロケ地）



図 3.4 映画の舞台（ロケ地）の一つのパリの書店（筆者が 2011 年 8 月に撮影）

それ以外にも、世界各地のファンが映画を視聴したことの証拠として半券を保存し、そ

れをスキャンした上で、インターネット上にアップロードし、共有している（図 3.5、図 3.6）。こういった半券を各地のファン同士がアップロードすることで行なっているのは、まさにこれらの映画の愛好者が、グローバルに拡散していることを確認するような作業であると言えるのではないだろうか。でなければ、わざわざ、相手が解するかどうかもわからない言語で印刷された半券をインターネット上で共有したりはしないだろう。さまざまな言語で書かれた半券が、同一画面上に共有されることによって、言語的な多文化性が確保され、このファンたちが形成したコミュニティが多国にわたっていることが改めて確認され、さらに、成員同士の絆を深めるような作用を果たしていると言えるのではないだろうか。



図 3.5 ファンがアップロードした半券（ウィーン、アルゼンチン、チェコ、台湾）

ウィーンやパリといった現地のファンが「聖地」に関する情報を提供し、それを参考に

して、別の国のファンがその場所を訪れ、そこへ訪れた写真をインターネット上に共有する。あるいは、世界各地のファンが、自分たちの地域の映画館でこれらの映画を視聴した証拠として、映画の半券をアップロードする。こういったコミュニケーションは、それによって、自分たちが愛好する作品のネットワークが、空間的に広い範囲にわたっていることを確認する作業であると言えはしないだろうか。半券を文字としてではなく、画像として共有するのは、その半券が文字として指し示す意味を共有することではなく、その意味が判明できない事実を通して、グローバルな連帯を確認するような作業になっているのではないだろうか。



図 3.6 ファンがアップロードした半券（イタリア、ブラジル、フィリピン、カナダ）

### 第3節 インターネットがもたらすつながりの可能性とアメリカ

以上見てきたような本章の事例は、何を意味しているのだろうか。まず、指摘できるのは、確かに、インターネットは、今日における「複合的結合性」(Tomlinson 1999:7=2000:20)の一つとして、多地域に暮らす人々を結びつけているという当たり前の事実である。そして、単に、同じものを視聴しているという事実以上に、それを視聴した者同士でのコミュニケーションがインターネットを介して生じており、また、そこに帰属の感覚も生じていることが示唆された。こういったコミュニティがそれほど頻繁に生じているとはいいがたいものの、こういった事例も、今日の大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションがもたらした一つの現実である点に変わりはないだろう。とりわけ、この事例は、成員が複数の国にまたがっていること、ある程度持続的なコミュニケーションがなされていたこと、成員の国際性がコミュニケーションに反映されていたことといった、これまでの研究で取り上げられてきたものとはやや異なるタイプのものだと言え、そういう意味においては興味深いものだと言えるかもしれない。

このように、映画や音楽の流通はこれまでも国際的であったが、そこにインターネットが加わることによって、人々が集う方法の選択肢は少なくとも可能性として増加している。他方で、本稿のような事例でアメリカの存在が相対的に希薄であるかということ、必ずしもそうではない。確かに、ハリウッドのブロックバスターの大作のような商業的な路線とは異なる路線を目指しているということで、独立系のジャンルはアメリカらしくないと言えるかもしれない。しかし、ファンたちが利用しているメーリングリストはアメリカのインターネット関連会社が提供しているものであり、そのメーリングリストで主に使用されている言語も英語である。次のような記述もある。

米国の大衆文化が海外に進出した当初から国際的成功を収めたのには、さらなる決定的要素がある。その一つが英語である。英国の長年にわたる世界的な傑出ぶりと広範囲におよぶ帝国の支配力によって、英語は十八世紀以来、広く普及していた。

(Rosendorf 2000=2004: 156)

このように、いかにアメリカらしい商業路線を拒否した独立系とはいえ、それがもたらすファン同士の国際的なつながりにおいても、アメリカは、コミュニケーションのインフラ、そして言語といった点において、私たちの前に登場するのである。そして、それは、今日

の大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションにおけるアメリカの執拗さ、重要性をやはり例証しているように思える。

そして、本章で触れたように、こういったコミュニティは、グループという以上に、ネットワークという観点から、理解されなければならないという指摘を、Wellman (2001) や Castells (2001) は行なっていた。こういった指摘にあるように、インターネットのよくなつながりから、人々が何を引き出しているのかについては別途検討されなければならないだろう。そして、依然として、Tomlinson が述べたようなコスモポリタニズムをそれらが涵養しているかどうかについては、明らかにされているわけではない。インターネット上のこういったコミュニティに参加している人々も、現実においては、このインターネット上のコミュニティ以外にも、さまざまな組織や人間関係のなかで生きていることが容易に想像できるのである。そういった点に関する考察の必要性である。

こういった問題点が多く含まれる中で、本章の考察に意義があるとするならば、それは、今日の大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションの過程において、インターネットをはじめとした様々な条件が満たされることによって、多国にわたる人々が集うことは必ずしも不可能ではない、ということを示唆した点にあるだろう。そこにおいても、アメリカの影が垣間見えないわけではない。また、こういった集まりが頻繁に生じているわけでもない。しかし、こういった関係性がまったくないわけでもないのである。



## 第4章 サッカーにおける文化的多様性とアメリカ——サッカー移民の分析を事例として

前章においては、独立系の映画ファンがインターネット上に作成したコミュニティを事例として取り上げ、今日の大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションにおける関係性のあり方とそこでのアメリカについて考察を加えた。そこでは、インターネットを通して、複数の国のファンによる交流がなされていることを示唆した。しかし、そこにおいてもアメリカは、コミュニケーションのためのインフラを提供し、また、コミュニケーションの基礎である言語として関与していることを示唆した。本章においても、大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションの事例として、サッカーを取り上げ、一見して、それほどアメリカとのかかわりが深くないサッカーにおいても、アメリカの影響力が見られることを示していくこととしたい。

### 第1節 反アメリカ的なスポーツとしてのサッカーのイメージ

まず、サッカーがグローバルなスポーツでありながら、アメリカとの関係がそれほど深くないといったイメージが持たれていることを、2010年に南アフリカで行なわれた FIFA 主催のワールドカップと関連させて新聞に掲載された次のような知識人の見解を見てみよう<sup>1)</sup>。

W杯を見ていて、サッカーはグローバルなスポーツだなあ、と改めて実感しました。グローバル化とは本来、世界をフラットにする力でしょう。でも現実には、大国によるヒエラルキーが歴然と存在しています。今大会で米国はガーナに敗れ、中国は出場すらできなかった。米中両超大国なしに世界は存在しうる、ということを見せてくれました。どこにあるかさえあまり知られていない国が、大国と互角に争える。人口 620 万人ほどのパラグアイの 8 強や、もっと少ないウルグアイの 4 強入りも、まさにフラットにグローバル化したサッカーのすばらしさだと思います。(中略) 私たちが白人の国だと思っているところで、かつて二流市民とさげすまれた移民、有色人種が大活躍する。イングランド代表は、白人のアングロサクソンばかりではありません。ドイツ代表もゲルマンだけではない。日本で生まれ、韓国籍でありながら北朝鮮代表として出場した鄭大世(チョンテセ)選手のようなことが、サッカーの世界では普通にある。

(中略) グローバル化時代の代表チームは、これまでのように民族的、人種的同質性を持った選手で構成されるのではないのです。雑種性をはらみ、縦横無尽な越境性をまとっているのです。

この記事からは、グローバルな範囲で親しまれているサッカーが有している国際的なイメージが存分にうかがえる。それは、これまで検討してきたようなアメリカ主導ではない今日のポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションと当然のことながら、重なるものである。

それらの特性を挙げてみるならば、次のような点が指摘できるだろう。まず、サッカーはグローバルなスポーツであり、現実にはヒエラルキーが存在している社会のなかで、ヒエラルキーが存在していないように見える。そして、それこそが、本来の意味でのグローバル化とかかわっているように見える。その証拠として、米国や中国といった今日の世界において影響力を誇っている国のプレゼンスが低く、逆に、スポーツ以外の領域ではそれほど目立つことのない小国であるウルグアイやパラグアイが上位に食い込んでいる。そして、チーム内の人種の構成が多様であり、当該国の多数派に限られているわけではない。それは、異種混雑性や越境性を体現しているといえる。

こうした指摘は、確かに、今日のサッカーが有している特性の一面を明らかにするものだと言えるかもしれない。しかし、このような魅力を有しているサッカーが、必ずしもフラットなものではないこと、そして、サッカーの世界においてそれほどプレゼンスが大きいアメリカの影響も決して小さくないことを以下では示していくこととしたい。

## 第2節 サッカーのグローバルな拡散と現代における政策的含意

ここでは、サッカーのグローバルな拡散、さらに、それが今日的な大衆文化やポピュラー文化、換言するならば、文化的商品として、政策的な関心を集めていることを確認しておく。

サッカーは世界的に人気のあるスポーツである (Giulianotti and Robertson 2004)。ただ、近代的なスポーツとして、サッカーが誕生するのが 19 世紀のイギリスにおいてである。それ以降、世界に拡散し、各地で協会が設立され、現在、世界で最も人気のあるスポーツとなっている。1904 年に創設された FIFA (国際サッカー連盟) が 4 年に 1 回主催し、開催されるワールドカップは、オリンピックと並ぶメガ・イベントである。20 世紀後半以

降、その開催地も、それまでの欧州、中南米に限らず、アメリカ（1994年）、韓国・日本（2002年）、南アフリカ（2010年）と、北米、アジア、アフリカ各大陸に拡大していった。また、2022年大会は、中東のカタールでの開催が決まっている。こういった世界規模の大会は、年齢制限のない成人男性に限らず、ユース、ジュニアユースといった若年男性、そして、同じく、女子の大会も、年齢別に整備されている。そして、こういった制度化が進む過程で、後に見るように、大衆化、商業化も成し遂げていった。

サッカーは、スポーツであると同時に、映画、テレビ番組、ゲーム、アニメと同じようなコンテンツとして捉えられ、実際、文化政策の対象にもなっている。その背景には、サッカーのワールドカップなどの代表戦にかかわるテレビ放映権料の高騰に代表されるように、20世紀後半以降の技術革新とテレビの普及によって、テレビ放送との関係が深くなり、テレビで視聴されるようになったことが挙げられる。日本においても、こういった展開がなされているが、サッカーがそのようなコンテンツとして位置づけられていることを典型的に示す例として、2013年4月の国会でなされた国会議員と、経済産業大臣と文部科学大臣との答弁があるので、触れておこう<sup>2)</sup>。

その答弁は、クールジャパンを主題としたものである。その答弁において、議員は「言うまでもなく、ソフトパワーは重要な国家戦略の一つである」と述べ、日本が「世界の冠たるソフトパワー国家になる」ことを願い、日本発のコンテンツの海外発信について積極的であるべきという立場であることを表明している。そして、経済産業大臣と文部科学大臣の2人に対し質問を行っている。その質問とは、サッカーのJリーグのような日本のスポーツも、アニメやマンガ、それからそれ以外の日本文化と共に、日本のソフトパワーとして期待できるものであり、それについて2人の大臣がどう考えているのかを問うものであった。そこでは、とりわけ、アジアの市場が意識されているが、それに応答した経済産業大臣は、「かつて『おしん』だったものが、今では、AKBやなでしこ、Jリーグなんですよ」と述べ、また、文部科学大臣も、スポーツによる地域交流とスポーツ立国の重要性を指摘しているスポーツ基本法の条文を引用しつつ、議員の立場に対して賛意を示している。すなわち、スポーツがアニメ、マンガといった文化と同様、コンテンツとして捉えられ、日本におけるソフトパワーの重要な構成要素として認識されているのである。

### 第3節 サッカーの伝播とサッカー移民

サッカーが反アメリカ的なイメージを持っていること、そして、それがグローバルに拡

散していく中で、文化政策の対象としても認識されていることを確認してきた。他方で、サッカーが有している文化的多様性や越境性、異種混雑性は、本章冒頭の引用にあるように、選手に体现されていると考えられる。

確かに、ヨーロッパに代表されるトップリーグにおける選手の構成では、後に触れる先行研究が指摘しているように、アメリカの選手以上に、アフリカ地域、旧ユーゴスラビア地域、ブラジル、アルゼンチンといった南米地域出身選手が多く、文化的多様性を確認できる。しかし、NIKE（ナイキ）のようなアメリカの大企業の影響力がサッカーにおいても現れ始めるのもここ 20 年のことであり、ワールドカップをはじめ大規模なサッカーのイベントにて、ロゴを見かけないことがなくなっているように<sup>3)</sup>、アメリカの影響力も決して小さくないと思われる。そこで、選手の出身地に体现される文化的多様性とアメリカとの関係について考察していくこととする。

#### 第1項 サッカーの伝播と「東」へ向かうサッカー

サッカーが近代的なスポーツとしての原型を獲得したのは 19 世紀半ばのイングランドである。1880 年代には、イングランドのチームに、スコットランド、アイルランド、ウェールズといった地域から選手が加わっていたことが確認されているが (Lanfranchi and Taylor 2001)、国内の地域間の移動は、そういった意味で近代初期から存在していた。また、第二次世界大戦前には、多くの選手がイングランドから大陸ヨーロッパへ、大戦後には、選手や指導者がサッカーに関連する仕事を求めてイングランドから北米、イタリア、フランスに移住したことが明らかにされている。

また、初期のころからサッカーは普遍的な価値観を体现した近代的なゲームとみなされ、世界規模でルールの標準化が生じていた。大陸ヨーロッパにおいては、サッカーは近代的な自由貿易の理念と結びつくことによって、商人たちによってプレーされ、たとえば、1908 年にイタリアのバリに創設されたバリ・フットボールクラブでは、当時、スイス、ドイツ、オーストリア、フランス、スペイン、イギリス、イタリアの商人が同時にプレーしている (Lanfranchi and Taylor 2001)。

このようなサッカー選手の国際労働移住は、一般的な出稼ぎ移民や外国人労働者の移住のパターンとそれほど変わっているわけではない (Taylor 2006)。アメリカが、19 世紀の終わりから 20 世紀の初めにかけて、産業化がそれほど進行していなかったヨーロッパから多くの労働移民を受け入れている。また、かつての植民地からかつての帝国へと人々の

移住が大規模に生じているが、それらと同様のパターンが、サッカーにおける労働移住についても観察されている。すなわち、サッカーにおいてはそれほど注目されていないアメリカも、後述するような意味でのサッカー移民を20世紀前半には受け入れている。また、20世紀初めには欧州諸国がアフリカ大陸を植民地化することによって、帝国から植民地への人々の移動が生じた。それら植民地諸国が独立を果たして以降、逆の経路での移動が生じるようになったが、それと同様のパターンがサッカーにおいても見られるのである。

20世紀後半になって重要になってくるのは何といてもテレビ放送の影響である。既に示唆したように、サッカーとテレビ放送との関係が緊密化する中で、放映権料が高騰していった。これは何もサッカーに限らず、オリンピックに代表されるような他のスポーツにおいても生じていたことだったが、サッカーにおいては、ピッチ脇に広告の看板を設置することで、テレビで中継されるピッチが広告の手段となることが発見され、中でもワールドカップはキラークンテンツとなっていた。それはワールドカップといった、国を単位とした試合のみならず、イングランドやスペイン、ドイツといった欧州のリーグ戦も同様であった。とりわけ、有元（2010）が指摘しているように、イングランドのリーグが商品化される過程と、それがイングランド以外の地域の視聴者を獲得していく過程とは、密接につながっていたとされる。

具体的には、1992年にルパート・マードック率いるBSkyBが独占的なライブ放映権を高額で獲得して以降であるが、日本においても、2001年以降、スカパーといった衛星放送で視聴者を獲得しているように、イングランド以外の地域においてもプロサッカーの中継が見られるようになっていった。こういった過程で、David Beckham（デヴィット・ベッカム）に代表されるように、単なる選手がサッカー以外の私生活の領域まで注目されるようになり、雑誌の表紙やテレビのコマーシャルに起用されるセレブリティの仲間入りを果たしていった。

このように、それまで欧州と南米が中心だったサッカーが、テレビ放送と結びつきを強める中で、それ以外の地域においても人気を獲得していったのがここ20年あまりの変化である。それについては、とりわけ、「サッカーが東へ向かう football goes east」（Manzenreiter and Horne eds. 2004）といった観点から理解されている。欧州の一流クラブがアジア地域にプレシーズンのツアーを組むようになった。また、日本においては1993年にプロリーグが開幕し、また、韓国とともに、2002年には、史上初めて、アジア地域でのワールドカップ開催地となった。

このようなサッカーの伝播は、当然のことながら、選手の国際的な労働移住においても妥当する。Lanfranchi and Taylor (2001) によれば、選手の国際労働移住は20世紀初頭から存在していたが、このように、サッカーが「東」へと拡大するにつれて、それ以前は周辺であった日本も国際的な移住の流れの中に位置づけられるようになってきたのである。すなわち、サッカー市場がボーダレス化していく中で、それまでサッカーの国際労働移住から相対的に孤立していたとされる日本のような国もその流れに組み込まれるようになってきたのである。続いては、そのような労働移住に注目し、その考察を行う。

## 第2項 サッカー移民をめぐる先行研究

サッカーにおける文化的多様性のイメージが選手の出身地に由来することを先に示した。出身地を離れて、別の場所で雇用されるサッカー選手のことをサッカー移民と呼ぶが、それでは、サッカー移民とはいかなる存在なのか。

Bale and Maguire (1994) によれば、スポーツ労働移住 (sports labor migration) は次のように説明される。近代的な産業社会において、労働力は地理的に一つの場所に固定されているわけではなく、流動的である。そのような労働力の特性は、スポーツ選手にもあてはまり、スポーツ選手が出身地を離れて移住することは珍しいことではない。すなわち、近代的な産業社会における労働者と同じように、アスリートは出身地を離れてプロのクラブに雇用される。そのような場合、スポーツ労働移住が生じているという。このような労働移住は、当然のことながら、国内でも生じるが、国家間でも生じる。サッカーは、数あるスポーツの中でも、そういった国際的な労働移住がもっとも目立つ種目であるといっていよう (Maguire and Falcoux eds. 2011)。

Poli and Besson (2011) は、職業としてのサッカーのために移住する選手を「国外居住者 expatriates」という概念によって捉え、出身国を離れてプロのクラブに雇用されるサッカー選手と定義している。また、出身地を離れ、国際的な規模で雇用されるサッカー選手について、もっとも精緻な定義を行っているのが前述した Lanfranchi and Taylor (2001) である。それによれば、サッカー移民 (football migrants) とは、サッカーを職業として、サッカーを生業とするために、出身地とは異なる国で雇用され、移住するプロサッカー選手のことであり、多くの場合、外国人選手を意味するが、主に3つの類型があるとされる。まずは、「移住労働 (itinerant)」型であり、1年や2年といった短期にわたり、労働力を売るために移動する選手のことである。この類型の人々は、元々は農業、工業、エンター

テイメント産業において珍しくなく、長い伝統があるが、それがサッカー選手にも適用されるようになったわけである。それから、「報酬目当て (mercenaries)」型の選手であり、よりよい契約がある度に即座に場所を変えて移動する選手のことである。多くの旧ユーゴスラビア諸国の選手は、生涯に3つ以上の国でサッカーを職業とすることが珍しくなかったようだが、この類型がよくあてはまるとされる。さらに、「定住 (settler)」型であり、しばしば若い時にサッカーのために国を離れ、ホスト国において、配偶者と家族を作り、市民権を得て定住するような場合である。1930年代のフランスにおいて、そのような選手がいたことが例証されている。また、これらの三類型を基本としつつも、それらと整合しない場合もあり、たとえば、「引退前」型と呼びうるような場合をあげておこう。アメリカのNASLがその典型とされるが、欧州や南米の選手が、欧州の一流リーグでプレーし、ピークを過ぎ引退する直前に、ややレベルの落ちるリーグでプレーするために移動するような場合である。「年金リーグ」と揶揄的に語られることのある日本のJリーグは、このような類型の国際労働移住がよく当てはまる可能性は十分に予測される。

ただ、付け加えておく点として次のようなことが挙げられる。たとえば、Jリーグにおける在日韓国・朝鮮人選手に典型的なように、幼少期から日本に暮らしながら、日本国籍を有していない選手は少なくない。このような選手は、サッカーを職業としているといえるものの、サッカーのために移動してきたわけではないことからサッカー移民の定義からは外れる。また、フランスでは人種的、民族的背景が多数派とは異なる民族的人種的マイノリティが多くプレーしているが、当該国の国籍・市民権を有している場合も多い。このような場合も、親世代の労働移住の影響が見られるものの、それがサッカーのためのものではないことからサッカー移民の定義には含まれない。

2008年の10月にUEFA（ヨーロッパサッカー連盟）に所属している30のトップのリーグにおけるサッカー選手を調査したPoli and Besson（2011）によれば、すべてのサッカー選手のうちの35.6%が「国外居住者」、すなわちサッカー移民に相当し、そのうちの25%がブラジル、アルゼンチンといったラテンアメリカ系であり、13%がアフリカ系であり、残りがヨーロッパ内部での移住であるとされる。また、Lanfranchi and Taylor（2001）によれば、欧州におけるサッカー移民の典型は、南米出身選手、旧ユーゴスラビア出身選手、アフリカ出身選手であるとされる。すなわち、欧州においては、選手の3割以上がサッカー移民を構成しており、その出身地は、ヨーロッパ内部であり、また、ブラジル、アフリカが中心となる。

それでは、これと同様の傾向は、日本においても見られるのだろうか。

### 第3項 日本におけるサッカー移民の歴史

そもそも、歴史的に日本で最初にサッカーをしたのは、1873年、築地にあった海軍兵学校において、英国海軍顧問団団長アーチボルト・L・ダグラス中佐とその部下たちであった。ダグラスらの顧問団は、日本海軍士官たちの訓練を行ったが、そこには体育教育も含まれ、サッカーも行われた。1871年には文部省が創設され、明治政府は教育の近代化を進めていったが、そこに含まれていた体育教育では、1878年には、体育の教師養成機関である体操伝習所を設立し、サッカーを取り入れている。そして、体操伝習所の卒業生は、教師として日本全国に赴任し、その過程においてサッカーも普及していった。1886年に体操伝習所は高等師範学校に吸収され、3年後にフットボール部が創設された。以降、高等師範学校の伝統は、1993年にJリーグが開幕するまで、日本におけるサッカーの伝導に主要な役割を担い続けた。

1918年には後の全国高等学校サッカー選手権へと連なる日本フットボール大会が開催され、1921年には大日本蹴球協会（現在の日本サッカー協会の前身）が成立し、近代的な制度が整えられていった。

戦後、重要なのは、プロの指導者であったドイツ人デッドマール・クラマーの招聘であろう。当時の日本蹴球協会会長の中心的な役割によって、クラマーと日本サッカーとの遭遇が実現し、1960年に初めて来日を果たしている。その後、各地で日本のサッカーを指導するとともに、制度面において多くの助言を行った。1964年東京五輪後の1965年には、その助言にしたがい、日本サッカーリーグ（JSL）が創設されている。1968年のメキシコ五輪では、クラマーの育成成果が結実し、銅メダルを獲得している。

1965年に開幕する日本サッカーリーグは、外国人選手が存在していた。その嚆矢となったのが日系ブラジル人選手であったネルソン吉村であり、1967年にヤンマーに加わり、後に帰化して日本代表としてもプレーしている。以後、ジョージ与那城、セルジオ越後、比嘉セイハンといった日系ブラジル人選手、ラモスやカルバリオといったブラジル人選手が活躍している（日本サッカー協会編 1996）。

このように、1993年のJリーグ開幕以前にも、1965年から日本サッカーリーグが行われ、サッカー移民も存在していた。しかし、リーグそれ自体の人气がそれほど高かったわけではない。そこで、80年代、サッカーにおける日本の国際競争力の低下への懸念と、国



外における稼げるソフトとしてのサッカー人気の高まりを踏まえ、プロ化の決断が試みられた。その際、次の記事からもうかがえるように、サッカー移民は、Jリーグの活性化に欠かせない存在として浮上してきたといえる<sup>4)</sup>。

南米から欧州から、はたまたアジアからも。外国のスター選手が、大挙して日本にやって来た。Jリーグの各チームも、外国人枠の「5」をいっぱいに使って選手獲得に走り、一億円、二億円と惜しげもなく金を投入した。世界のサッカーと比べると、日本の実力はまだまだ。彼らの華麗な、スピーディーな、味のあるプレーは欠かすことができない。どんなプレーで観衆を魅了してくれるのだろうか。

記事の続きにはドイツのリトバルスキー、ブラジルのジーコ、イングランドのリネカーといった当時日本がまだ出場したこともなかったワールドカップで活躍したスター選手の名が挙げられている。これはJリーグにおける外国人スター選手への期待を表現したものだといえよう。それではJリーグのサッカー移民は、欧州のトップリーグと同様の傾向を備えているのだろうか。

#### 第4節 Jリーグ開幕以降の日本におけるサッカー移民

##### 第1項 データ収集方法

前述の Poli and Besson (2011) によれば、すべてのサッカー移民のうちの 35.6%がサッカー移民に相当し、そのうちの 25%がブラジル、アルゼンチンといったラテンアメリカ系であり、13%がアフリカ系であり、残りがヨーロッパ内部での移住であった。さらに、Lanfranchi and Taylor (2001) によれば、欧州におけるサッカー移民の典型は、南米出身選手、旧ユーゴスラビア出身選手、アフリカ出身選手である。これらの事実を踏まえるならば、確かに、サッカー移民の出自はグローバルに拡散しており、アメリカはそれほど目立つことはない。こういったグローバルなサッカーの伝播とサッカー移民の国際労働移住に日本が組み込まれるようになったのが、先に触れたように、1990年代以降である。そこで、まず、同様の傾向が日本においても見られるのかを検討しておこう。

来日したサッカー移民については、次のようにしてデータを取得した。通常、移民の全体像については、法務省の出入国管理統計といった統計が参照される(梶田・丹野・樋口 2005)。サッカー移民も、その統計に含まれていると考えられるものの、移民や外国人全

体を扱った統計から数的に少ないサッカー移民のみを析出することは不可能であり、別の手段によってデータを取得する必要がある。そこで、リーグ開幕前に毎年発売される選手名鑑を用いることとした。選手名鑑には、各チームに在籍する全選手の詳細な情報が掲載されており、そこには当然外国人選手も含まれている。選手名鑑は、日本人、外国人を含む全選手について、チームごとに生年月日、出身国・地域、それ以前の所属チーム(学校)、ポジションといった詳細な情報を掲載している。それに基づき、Jリーグが開幕した1993年から2011年までの各シーズンについて、選手の名前と出身国・地域を確認し、外国人と思われる選手について、チームごとに出身国・地域、リーグ開幕時の年齢を記録した<sup>5)</sup>。

このデータに基づいて、出身地域・国を分析すれば、サッカー移民の詳細が判明すると同時に、どのような地域・国からサッカー移民が多いのかを明らかにすることができるはずである。さらに、年齢もデータに含めることによって、欧州であれば本来引退していいような年齢の選手が活躍する「引退前」型の側面についても、その時系列的な変化とともに明らかにできると思われる。Jリーグは1999年からはJ1に加え、J2リーグも創設され、それらでJリーグを構成しているため、データにはJ2も含めている。また、開幕当初の10チームから、2011年には40近くまでチーム数は増加している。また、以下の分析に際しては、上記サッカー移民の定義に基づき、在日韓国・朝鮮人選手は除くこととした。

## 第2項 日本におけるサッカー移民の全体的な傾向

それでは結果を示していく。表4.1は、対象とした全期間におけるサッカー移民の在籍数を出身国・地域別に示したものである。全体として50以上の国・地域から、のべ1384人のサッカー移民が来日しており、出自が多様であることがわかる<sup>6)</sup>。同時に、圧倒的に多いのがブラジル(862人)であり、全体の60%以上を占め、続いて、韓国人選手(189人)、セルビア、クロアチアといった旧ユーゴスラビア諸国(71人)、アルゼンチン(38人)、オランダ(34人)、オーストラリア(27人)といった国が続く。欧州のトップリーグと比較した場合、ブラジル、旧ユーゴスラビア諸国出身選手が多い点は共通しているものの、韓国人選手の多さ、アフリカ出身選手の少なさはJリーグの特性であるといっていよう。ただし、南米出身選手の多さ、旧ユーゴスラビア出身選手の多さは欧州のトップリーグを対象とした先行研究と整合的であり、また、アメリカ出身選手については、上位には入っていない。

それでは、こういった構成は、1993年から2011年と経過するにつれて、変化しているのだろうか。

表 4.1 日本におけるサッカー移民の出身国（1993年から2011年シーズン）

出身国	数	出身国	数
ブラジル	862	オランダ	34
韓国	189	オーストラリア	27
旧ユーゴスラビア	71	ドイツ	14
(セルビア)	25	チェコ	11
(クロアチア)	21	スペイン	11
(モンテネグロ)	12	イギリス	11
(スロベニア)	6	ブルガリア	10
(旧ユーゴその他)	7	その他 (38カ国)	106
アルゼンチン	38	合計	1384

・在日韓国・朝鮮人選手は除く

・単位は人で、複数シーズンに在籍している選手はシーズンごとにカウント

チーム数は下部リーグを持たない10程度で始まった開幕当時と比べ、2011年には40近くまで増加している。J2リーグが創設され、Jリーグ加盟クラブが増加したためであるが、サッカー移民の数はというと、1チーム平均でその在籍数を見た場合、当初の4人台後半から2000年代以降は2人台後半へと減少しているが、総計では、当初の50人前後から2011年には120人を超えるまでに増加している（図4.1）。また、サッカー移民の出身国・地域数については、図4.2で示されているように、開幕当初は16前後であったものが、2000年代には12前後へと減少している。

サッカー移民の数それ自体が増えていることを踏まえるならば、出身地域・国という観点からの多様性は縮小しているといっていよいだろう。このことが、示唆しているのは、時系列的な変化について考察する必要性である。すなわち、サッカー移民の数それ自体は開幕時に比べて、増加しているにもかかわらず、出身地域・国の多様性が当初より減少しているのはなぜなのだろうか。

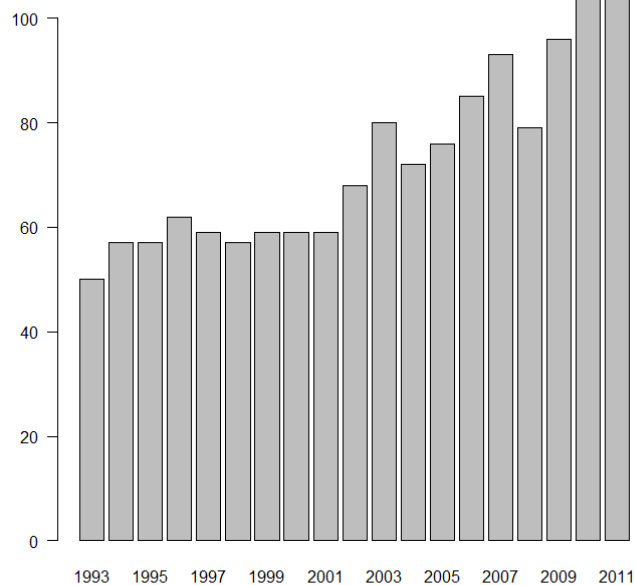


図 4.1 日本におけるサッカー移民数の推移 (1993～2011)

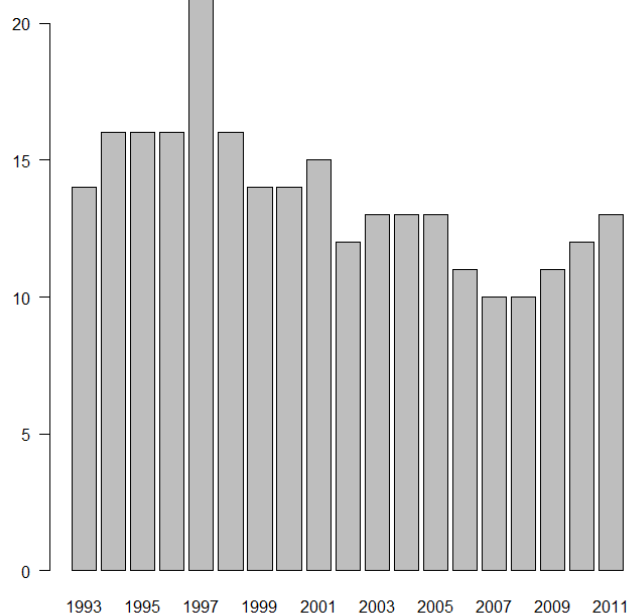


図 4.2 日本におけるサッカー移民の出身国・地域数の推移 (1993～2011)

そこで、その構成の内訳について見てみると、ブラジル、韓国人選手の割合が高くなっ

ていることが指摘できる(図4.3)。開幕当初、韓国人選手の割合は5%にも満たなかった。しかし、2000年代前半には10%前後、さらに後半には30%前後にまで上昇している。ブラジル人選手についても、1990年代は50%前後であったものが2000年代には70%をこえており、その傾向は2000年代の後半にはやや見られなくなっているものの、同様の時期のブラジル人選手と韓国人選手の合計はサッカー移民全体の80%以上を占めている。これらを踏まえるならば、多様性の減少の背景にあるのは、ブラジル人選手、そして特に、韓国人選手の増加である。

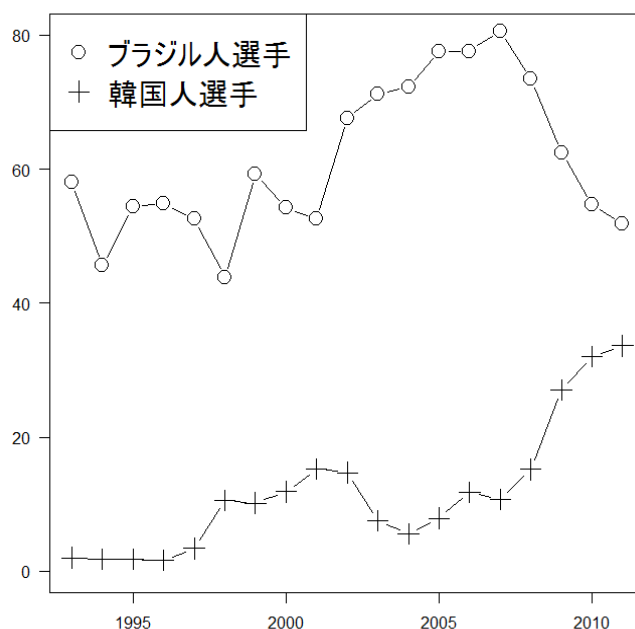


図 4.3 サッカー移民に占めるブラジル人選手と韓国人選手の割合の推移 (1993~2011)

注) 在日韓国人選手は韓国人選手から除いている

それでは、続いて、サッカー移民の平均年齢の推移について検討してみよう。図4.4はサッカー移民の平均年齢の推移を示したものであるが、全体的に若くなっている傾向が確認できる。とりわけ、2009年からの3シーズン(2009、2010、2011)がそうであり、その時期の、サッカー移民の中心となるブラジル人選手、韓国人選手の平均年齢は、それぞれブラジル人選手が、27.0歳、26.7歳、26.8歳であるのに対し、韓国人選手が24.6歳、24.7歳、24.0歳であり、平均年齢がやや高いブラジル人選手と、それを下回る韓国人選手によって構成されていることがわかる。このことが何を意味するのかについては、後に検

討を行うこととする。

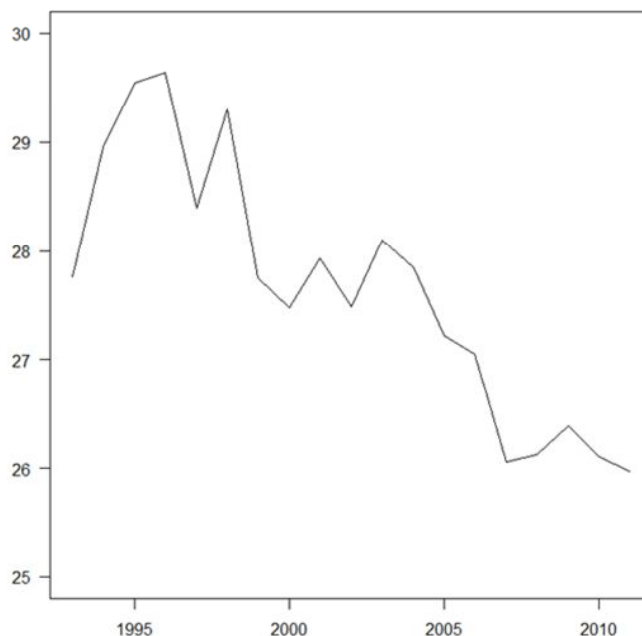


図 4.4 日本におけるサッカー移民の平均年齢の推移 (1993~2011)

以上の結果を踏まえ、Jリーグにおけるサッカー移民の特性について整理するならば、次のようになるだろう。

Jリーグにおいても、一定数のサッカー移民が在籍していることが示された。しかし、トップリーグに在籍するプロサッカー選手の3割以上がサッカー移民を構成している欧州と比較するならば、Jリーグにおける比率は2割を下回るため、それほど多いわけではない。また、ブラジル人選手、セルビア、クロアチアといった旧ユーゴスラビア諸国出身選手が多い点は、主要な欧州のリーグと共通しており、アフリカ出身選手が少なく、韓国入選手の比率が高いのはJリーグの特性であるといえる。サッカー移民の国際移住において文化的・地域的特殊性が無視できないことが示唆されるが、出身地域や国において、アメリカが見られないことは、これまで本稿で検討してきたようなポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとは異なり、確かに、サッカーにおけるアメリカの影響力の相対的な小ささと関連している可能性がある。また、サッカー移民の構成が開幕以来一貫していたわけではなく、時系列的な変化が認められることも明らかになった。すなわち、2000年代に入り、ブラジル人選手と韓国入選手中心に、また、比較的若い選手中心に変化し、

特にそれが韓国人選手であることが明らかになった。そのことの意味について考察するなかで、再度、サッカーにおけるアメリカの問題について触れることとしたい。

### 第3項 出身地域の多様性の減少、韓国人選手の増加、平均年齢の低下の意味

以上、日本におけるサッカー移民について検討してきたが、欧州のトップリーグを対象とした先行研究と同様の傾向が見られる側面とそうでない側面が示された。また、それらの先行研究が触れられていない時系列的な変化についても指摘した。

日本において韓国人選手が多い点、欧州においてアフリカ出身選手が多い点については、文化的な近似性という観点から説明できるだろう。すでに指摘したように、旧植民地とかつての宗主国との間では、前者から後者へ人の移動が見られることは指摘したが、それと同様の傾向は、サッカーにおいても見られる。日本にとって、韓国との負の歴史も含めたかかわりが深いように、欧州においても、アフリカとのかかわりが深い。

出身地域や国の多様性が減少していることについては、初期においては、サッカー移民のリクルートについて、さまざまな実験を試みていたものの、そういった実験段階を脱しつつあるということの意味しているのではないだろうか。どのようにして人材を探してこればよいのかについて、ノウハウや知恵が蓄積されてきた結果、ある程度、一定したところから日本のクラブ側が獲得するようになったと考えられる。

平均年齢の低下については次のように説明できるだろう。Jリーグは、とりわけ、初期において、欧州の一流のスター選手や高齢の選手が引退する前に活躍の場を提供していた。そして近年はそのような段階を脱しつつあるということである。先に挙げたリトバルスキー、ジーコ、リネカーといった3人以外にも、ジョルジーニョ（1995年、31歳）、スキラッチ（1994年、30歳）、ブッフバルト（1994年、33歳）、ダウンガ（1995年、32歳）、ストイコビッチ（1994年、29歳）といったスター選手が初期には活躍しているが、これらの選手は、いずれもその年度に在籍するサッカー移民の平均年齢を高くしており、また、Jリーグでプレー直後、あるいは一度祖国に戻った後、すぐに引退している。これらの選手に相当するスター選手は近年目立たなくなっており、いたとしても少数であり、Jリーグが開幕当初において、「引退前」型の国際移住が顕著であったことを示唆するものである。そして、このような「引退前」型から、2000年代以降は、「移住労働」型のブラジル人選手と韓国人選手にサッカー移民の特性はシフトしていったと考えられる。

さらに、注目されるのは、韓国人選手の割合が2009年以降増加しており、それにした

がい、ブラジル人選手の割合が低下していること、さらに、同時期のサッカー移民の平均年齢は低くなっており（図 4.4）、とりわけ、ブラジル人選手以上に韓国人選手の平均年齢が低いことである。これは、サッカー移民の構成が、経済の関数であることを物語っていると言えないだろうか。

2008 年 9 月に明らかになったアメリカの会社リーマン・ブラザーズの破綻は、世界的な金融危機へと発展し、続く章で明らかにするように、日本の貿易統計にもはっきり反映されるほどの影響をもたらした。こういった経済の動きと、J リーグのクラブが無関係であるとはいいがたい。一般に、ブラジル人選手と韓国人選手を比較した際、ブラジル人選手の方が年俵が高いと結論づけることはできない。しかし、Poli and Besson (2011) が指摘しているように、ブラジル人選手はアフリカ出身選手と同様に、欧州のトップリーグにおいても、フォワード (FW) をはじめとする、攻撃的なポジションへの「助っ人」として雇用される。そして、フォワードはディフェンダー (DF) より、年俵においても、「移籍金」(Lanfranchi and Taylor 2001) においても、高額であるとされる。その理由としては、得点を取れるような人材が希少であるからと考えられるが、これと類似した傾向は、日本においても観察される。1993 年から 2011 年まで、得点ランキング上位 3 位にランクインをした選手は、68 人いるが、その内訳は、ブラジル人選手 34 人、日本人選手 19 人、韓国人選手 (在日韓国・朝鮮人選手除く) 2 人、それ以外 13 人と、半分をブラジル人選手が占める。すなわち、日本のリーグでありながら、そこで生まれる得点の多くはブラジル人選手によってもたらされているのであり、その場合のポジションもフォワードである。

また、サッカーにおいても、年俵は年齢が高くなるにつれて、高額になっていく。これらのこと、そして、ブラジル人選手の比率が 2009 年より低下していること、その代わりに平均年齢の低い韓国人選手の比率が高まっていることを踏まえるならば、日本におけるサッカー移民の構成が経済的な要因と無関係ではないと言い切ることはとてもできない。

#### 第5節 考察—グローバルな大衆文化としてのサッカーとアメリカ—

以上、日本におけるサッカー移民の構成とその変化を取り上げながら、それと経済的要因が無関係ではないこと、とりわけ、2008 年のリーマン・ブラザーズの破綻に伴う変化とそれが連動していることを示唆した。このことは、確かに、サッカー選手の出自が世界の多地域にわたっており、それゆえ、越境的にみえるサッカーの世界においても、アメリカが決して無関係ではないことを示している。それは、ようやく 1990 年代以降になって、



それまで欧州と南米中心であったサッカーが「東」の地域・国へと拡大していく中で、世界のサッカーから遅れていた日本においても、そうなのである。それどころか、日本においてプロサッカーが誕生した 1990 年代は、世界のサッカーにおいて、アメリカの影響力が高まりを見せた時期である。

アメリカの大衆文化やポピュラー文化のグローバリゼーションを語る際に、ナイキは無視することのできない企業の一つであろう (Kline 1999=2001)。そのナイキが、ドイツのアディダスが目立っていたサッカーの世界に参入するようになったのは 1994 年のことである。その年は、アメリカで初めてサッカーのワールドカップが開催された年でもある。それ以降、サッカーのユニフォームや選手のスパイクにおいて、ナイキのロゴが目立つようになっている。ピッチ脇の看板のみならず、選手が着用するスパイクやユニフォームが、テレビに放映される重要な広告媒体にもなりうることを認識した上で、ナイキは選手やチームと契約し、スパイクやユニフォームを提供しているのである。

また、イングランドのプロサッカーリーグが、1990 年代に入って、高額なテレビ放映権料を得ながら、プレミアリーグへと変貌を遂げた経緯については、既に指摘した通りである (有元 2010)。そのリーグのテレビ放映を行っているのは、アメリカのテレビ業界とも密接にかかわるルパート・マードック率いる BSkyB であることも既に指摘した。それゆえ、2000 年代において、イングランドのプレミアリーグは世界でももっとも多くの人々がテレビを通して視聴する人気コンテンツになっている。J SPORTS やスカパーといった放送局の番組やサービスからも明らかのように、日本もそこに組み込まれている。そして、そのイングランドのプレミアリーグのクラブのうち、いくつかのクラブは、1990 年代以降に、アメリカ人の投資家によって所有されるようになった。それらのうち、マンチェスター・ユナイテッド FC (Manchester United Football Club)、リバプール FC (Liverpool Football Club)、アーセナル FC (Arsenal Football Club) といったクラブは、イングランドにおいて古くからの歴史を持つ、伝統ある名門のクラブである。それらのクラブは、多くのサッカー移民を世界各地から獲得しており、スターティング・メンバーに誰一人として自国出身選手がいなかった、すなわち、スターティング・メンバー全員がサッカー移民で構成されていた時もあったほどである。しかし、そういったクラブの最大の資金源ですら、サッカーにそれほど熱心ではないように見えるアメリカから来ているのである。

このように、サッカーは、日本も含まれる、グローバルなスポーツであり、選手の出身地域や国の多様性は、文化的な多様性を反映しており、それゆえ、今日の社会においてフ

ラットなイメージを私たちに与えている。しかし、そのようなグローバルな範囲での普及や浸透、さらに文化的多様性がもたらされているのは、サッカーがきわめて高度に移転可能な商品であることと無関係ではない。そして、その背後に、アメリカが存在していることもまた否定することは難しいのである。

#### [付録]

使用した選手名鑑リスト

『J LEAGUE 全選手名鑑 改訂版 Nicos シリーズ』

『94J リーグ NICOS シリーズ選手名鑑』ストライカー9月4日号特別付録

『'95 J LEAGUE 全選手名鑑』スポーツニッポン新聞社

『'96 スポニチ J リーグ選手名鑑』洋々社

『'97 J LEAGUE 全選手写真名鑑』小学館スポーツスペシャル

『'98 J LEAGUE 全選手写真名鑑』小学館スポーツスペシャル

『J リーグ オフィシャルファンズガイド 1999』社団法人日本プロサッカーリーグ

『J リーグ オフィシャルファンズガイド 2000』社団法人日本プロサッカーリーグ

『J リーグ選手名鑑 2001』ベースボール・マガジン社

『J リーグ選手名鑑 2002』ベースボール・マガジン社

『J リーグ選手名鑑 2003』ベースボール・マガジン社

『J リーグ選手名鑑 2004』ベースボール・マガジン社

『J リーグ選手名鑑 2005』ベースボール・マガジン社

『J リーグ選手名鑑 2006』ベースボール・マガジン社

『J リーグ 2007 選手名鑑』ランダムハウス講談社

『J リーグ 2008 選手名鑑』ランダムハウス講談社

『J リーグ カラー名鑑 2009』ベースボール・マガジン社

『2010 J1&J2 リーグ選手名鑑』ベースボール・マガジン社

『J リーグプレーヤーズガイド 2011』スクワッド

## 第5章 アメリカへの親しみの変化の規定要因をめぐって——冷戦体制崩壊後の日本人の外国への選好の変化の分析から——

前章までにおいて、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションとそこにおけるアメリカの問題について考察してきた。アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションが1990年代以降、目立つようになるなかで、それにもかかわらず、アメリカの影響力の大きさは決して無視できるものではないことを指摘してきた。

本章では、ポピュラー文化や大衆文化のグローバリゼーションを直接扱うというよりは、人々がどのような外国に対して親しみを持っているのかについての分析を通して、ポピュラー文化研究や大衆文化研究への含意を引き出していくこととしたい。

国が持つ魅力は、近年、ソフトパワー（Nye 2004=2004）という観点から、政策的な関心も高まっており、研究もなされている（佐藤・渡辺・柴内 2012）。社会学的な観点からも、人々がどのような外国に対して親しみを感じているのか、研究がなされてきた（田辺 2008）。こういった外国への態度については、冷戦体制と関連させて研究がされてきたが、冷戦体制崩壊後の、それも変化については、未解明の部分が多い。それは次のような時代である。すなわち、1989年の東欧革命、ベルリンの壁の崩壊、さらに1991年のソ連邦の崩壊によって、冷戦体制は終焉し、自由主義陣営対社会・共産主義陣営というイデオロギー対立に基づく時代は終わりを迎えた。そして、ヒトの移動が活発化するグローバリゼーション、さらに、民族に基づく紛争が頻発するナショナリズムの時代へと突入していった。冷戦期に旧ソ連と覇権を争っていたアメリカの存在感の高まりが懸念される中、2001年にはニューヨークとワシントンで同時多発テロが起き、その後アメリカは、アフガニスタン、イラクへと派兵を行った。この派兵については、賛否両論、さまざまな議論を引き起こした。

この時代は、ちょうど、アメリカ主導ではないポピュラー文化や大衆文化の流通が目立つようになった時代に重なる。

### 第1節 日本人の外国への親しみをめぐる先行研究

先行研究によれば、日本人がどのような外国を好むのかについては、ほぼ一定であることが知られている。まず、我妻・米山（1967）が挙げられる。そこでは、270人に対して

行った調査によって、13の外国の民族に対する好悪が尋ねられているが、イギリス、ドイツ、フランス、アメリカといった西欧先進諸国が好まれていることが明らかにされている。逆に、好まれていないのは、朝鮮民族や黒人である。その調査は、男女の偏りは少ないものの、年齢は20代が157人と圧倒的に多く、社会階層、学歴ともに、比較的高い人びとをサンプルとしているため、代表性という点には問題がある。

日本人の西欧臆眉を指摘している点は、小坂井（1996）も同様である。そこでは、40人の被験者に対し、民族集団の名前を記載した27枚のカードを用意し、どのような民族同士が類似していると判断するのかについて、考察が行なわれている。その結果から、社会に関する発展段階説のような基準が人々の間に存在し、それに従って、民族が序列化されているという傾向を指摘している。小坂井（1996）は、それについて、19世紀の国際的な力学が、人びとの認識にも幅広く影響を及ぼしていると考えしている。

三宅（2001）は、冷戦体制崩壊前の日本人の外国への選好について、貴重な分析結果を示している。それによれば、日本人の外国の好き嫌いは、西欧の先進的な民主主義国と非西欧諸国といった軸によって整理される。戦後すぐにおいては、冷戦構造に基づいた外国への選好が顕著であった。つまり、自由主義陣営であるのか、共産主義・社会主義陣営であるのか、中立国であるのかといった観点が選好に影響を及ぼしていたとされる。

「西高東低」とも表現しうるような日本人の西洋臆眉を指摘しつつも、その可変性について示唆を与えているのが田辺（2008）である。自記式の留置回収法を用いた質問票を用い、また割当法を使って200のサンプルが抽出されている。その調査においては、複数の国における好感度が比較されているが、そこにおいても、基本的に、欧米諸国に対する好感度が高く、中国、韓国といった東アジア諸国とロシア、それからイラクといった国への好感度が低いことを明らかにされている。また、多次元尺度構成法を用いた分析から、「西欧諸国か否か」という次元に加えて、「メディアにおけるイメージが肯定的であるのか、否定的であるのか」といった次元を抽出している。これは、好感度がメディアにおける取り扱い方に影響を受けている可能性を示唆するという意味で、貴重な知見と言えるだろう。

また、牧田（2008）は、以下の本稿でも分析に使用するデータを使って、団塊の世代においてアメリカへの選好が低いことを指摘している。しかし、変化や変化を説明する要因に関する分析、また世代以外の変数との関連については未解明である。

このように、日本人の外国に対する態度に関する研究は蓄積されてきた。しかし、冷戦体制崩壊後の、それも変化については解明されておらず、その点は複数の時点で比較可能

なデータによって検証してみる価値がある。

そのようなデータとして、内閣府が行なっている「外交に関する世論調査」がある。この調査では、アメリカ、ロシア、中国、韓国に対する親近感が継続して尋ねられているが、そのうち、アメリカに対する親近感を示したものが図 5.1 になる。アメリカに対して「親しみを感じる」比率は 70%をこえる水準で、他の国と比較しても一貫して高く、西洋資本主義圏への親近感が高く、社会・共産主義圏、アジア圏に対してはそれほどでもないという、先行研究が指摘する知見と整合的である（図 5.1）。

しかし、そういった親近感について変化が見られるかという点、冷戦体制崩壊後の 1990 年代以降に限定したとしても、増加や減少といった一貫した傾向は確認されず、2011 年以降において、80%をこえる水準で、それ以前より親近感が高まっていることが観察されるのみである。他方で、個票データの分析がなされているわけではなく、また、グローバリゼーションとの関係も明確ではない。

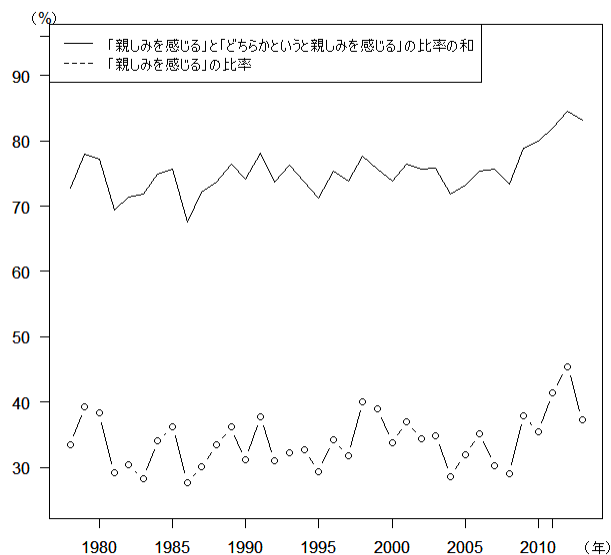


図 5.1 日本人のアメリカへの親しみ

出典：内閣府「外交に関する世論調査」より作成

## 第2節 日本人のアメリカへの親近感

冷戦体制が崩壊した1990年代以降に限らず、日本は西欧に由来する近代と伝統的な土着の文化とが混淆した国として、特徴づけられてきた（厚東 2006; Delanty 2003）。そういった歴史は、日本人の西洋鼻根と無関係ではないと思われるが、なかでも、他の国と比較して影響力が大きいのがアメリカであり、これまで見てきたように、大衆文化やポピュラー文化の領域において顕著である。

作田（1972）によれば、アメリカは「自由」の理念を日本人に植え付けたとされる。戦中は、忠君愛国といったスローガンに典型的にうかがえるように、私生活における幸福の追求が制限されていた。しかし、敗戦後、アメリカの圧倒的な影響力によって、国家対個人という軸において、後者の個人が重視されるようになった。それに加え、アメリカによって、モノの消費に裏付けられる豊かさが日本社会に浸透し、日本は大衆社会へと向かっていったとされる。それは、自動車、ガソリン、薬品、テレビ、ラジオの部品、映画、テレビドラマ、音楽といったものに体現される。そして、個人の自由な生き方や家族における幸福の追求といったテーマが、日本で放送されていたアメリカのテレビドラマを通して強調された。そのような戦後におけるアメリカの存在感の大きさを、鶴飼・永井・藤本編（2000）は、次のように整理している。

日本の現代社会の骨格は、アメリカの強い影響力のもとで再構築されたものである。法律や経済のしくみ、思想や価値観、娯楽や流行を、アメリカの存在抜きに語ることはできない。戦前の西洋化のなかでは、さまざまな国や文化のありようが選択肢として並んでいた。これと対照的に、戦後の日本では、生活の向上は「アメリカン・ウェイ・オブ・ライフ」に習うことと等価であったのだ。（鶴飼・永井・藤本編 2001:11）

そういったアメリカ的な生活様式や価値観を体現するのは、マクドナルドであり、ディズニーであり、コカ・コーラである。そして、そういったアメリカの影響力の大きさについて、戦後のみならず、近代初期にまで拡大しているのが吉見（2007）である。

吉見（2007）によれば、たとえば、ペリーの黒船来航は、木版メディアとしてのかかわり版を通して市民の間に伝わり、強烈なアメリカイメージを作ったとされる。また、多くがアメリカ人であったキリスト教の宣教師を通して、教育界も影響を受けている。札幌農学校のクラーク、キダーの女学校、新島襄の同志社、ヘボン塾等である。明治期の日本の文

学においても、内村鑑三、有島武郎らの作品に影響を見てとることができ、大正期においても、吉野作造のデモクラシーの主張、また、当時人気を博していた浅草オペラのスターが渡米経験を有していた。

これらの経緯を踏まえるならば、日本人が親米であるのもうなずけるが、そういった社会の変動はアメリカナイゼーションとして捉えられるものである。

### 第3節 アメリカナイゼーションとグローバリゼーション再考

#### 第1項 アメリカナイゼーションとマクドナルド化の理論

アメリカナイゼーションは、文化論的には、後に説明するグローバリゼーション論とは異なり、均質化をもたらす過程であると理解されている。第2章で触れたが、たとえば、Ritzer and Stillman (2003) は次のように説明している。

アメリカナイゼーションは、強力な一方向の過程として定義することができ、競合する過程（例えば、ジャパナイゼーション）を圧倒するのみならず、アメリカのモデルに抵抗し、アメリカのモデルを異種混濁的な形式へと修正もしくは変換する地域的な力の強さを圧倒する傾向を有している。(Ritzer and Stillman 2003: 35)

こういった過程は、たとえば、ハリウッド映画、ポピュラー音楽、NBA バasketボールといったアメリカのメディアのマーケティングにおいて、コカ・コーラ、ジーンズ、コンピュータのOSといった商品、世界各地における民主化政策を含んだ軍事的関与において見られるものである。そして、こういったアメリカナイゼーションの理論の予測が正しいならば、アメリカへの親近感は今後ますます高まることになるが、アメリカナイゼーションの正しさは、グローバリゼーションをめぐる議論においては、後に見るように否定されている。

アメリカナイゼーションと類似した変化として、社会学においては、Weberの合理化論を基礎にしたGeorge Ritzerのマクドナルド化の命題がある。これは、部分的にアメリカナイゼーションを含んだ命題であると言えることができるが(Ritzer and Stillman 2003: 35)、マクドナルド化とは、社会のあらゆる領域にファーストフード・レストランの原理が浸透していくことを意味する。ファーストフード・レストランは、マクドナルドに代表され、アメリカの生活様式を象徴するとされる。そして、そこには4つの次元があり、「効

率性」「計算可能性」「予測可能性」「機械による人間の置換」によって特徴づけられるが、それによって、Ritzer and Stillman (2003)によれば、DiMaggio and Powell (1983)が指摘する「組織的同型化 (organizational isomorphism)」に向かうとされる<sup>1)</sup>。

## 第2項 グローバリゼーションの理論とアメリカ

こういった中で、グローバリゼーションの理論はどのように捉えられるかという点、第2章で検討してきたように、アメリカナイゼーション、あるいはマクドナルド化の命題とは逆に、均質化に抗する過程であると定義される。

まず、多くのグローバリゼーションの理論は、グローバリゼーションが世界を均質化していくことに対して否定的である。なぜならば、アメリカの制度や文化が世界に拡大していったとしても、それが受容される地域で変容を被るからである。これが、現地化（ローカリゼーション）の過程である。たとえば、アメリカの生活様式の象徴とされるマクドナルドの東アジア地域での受容を分析した Watson (1993=2007: 38) らによれば、「マクドナルドの国を越えた成功は、その地域ごとの事業形態に多くを負っている」のであり、ファースト・フードの「ファースト」という言葉は、食べ物を出す速さではなく、食べる速さのことを意味する。それは、均質化とは逆の過程であるというわけである。

1990年代の初頭、Barber (1992) は、ジハード (jihad) とマックワールド (McWorld) という互いに反する力が、民主主義にとって脅威になると主張した。そのうち、マックワールドとは、MTV やマッキントッシュ、マクドナルドによって駆動され、世界を均質なグローバルなネットワークで結び付けるような力として整理される。それは、アメリカナイゼーションの主張に近いといえるが、Barber のこの議論を受けた Inglehart and Baker (2000) は、たとえ、ジーンズやアメリカのポピュラー音楽が世界に広がっていかうとも、単一の「マックワールド」が到来するというのは、信じがたいと述べている。同様に、Tomlinson (1999=2000) も、グローバルな文化の誕生については懐疑的であり、アメリカの価値観に世界が均質化していくというシナリオに対して否定的である。

## 第3項 グローバリゼーションとアメリカナイゼーションをめぐる仮説

アメリカナイゼーションやマクドナルド化、さらにグローバリゼーションの理論に関するこれらの研究は、現代社会論として、また、現地の参与観察等に基づいてなされており、どのような層の人々において、どのような外国への選好が形成されているのか、そういつ



た中で、アメリカへの選好はどのように位置づけられるのか、そこには変化があるのか、あるとすればその要因は何か、あるいは変化は見られないのかといった点に関し、未解明な部分を残している。そこで、ここでは、そういった点も踏まえ、次のような仮説を立て、検証していくこととしたい。

【グローバリゼーション仮説】 冷戦体制崩壊後、グローバリゼーションが進行することによって、日本人の外国への選好は多様化する。

【アメリカナイゼーション仮説】 冷戦体制崩壊後、グローバリゼーションが進行することによって、日本人のアメリカへの選好は逆に高まる。

先ほど検討した内閣府の『外交に関する世論調査』によれば、1990年以降、必ずしもアメリカへの親近感が高まっていないがゆえに、アメリカナイゼーション仮説が支持されるとはいえないが、さらに掘り下げて検討していくこととする。

1990年代以降、まず、本当にグローバリゼーションは進行しているのかどうかについて確認しよう。人の移動と貿易という観点から、その傾向を確認したものが、図5.2と図5.3になる。それによると、日本人の出国者数、外国人の入国者数は増加傾向にあり、1990年代前半と2000年代後半を比較してみるならば、明らかに、2000年代後半において、人の往来は活発化している(図5.2)。また、貿易という観点からするならば、輸出総額や輸入総額も高くなっている(図5.3)。確かに、リーマン・ショックに伴う落ち込みは2009年に観察されるものの、国境を横断する人の往来、お金やモノのやりとりは、1990年代前半と2000年代後半では2000年代には増加しており、そういった意味でのグローバリゼーションは進行してこそすれ、停滞しているとはいえないだろう。

それでは、こういったグローバリゼーションと外国への選好との関連は、個票データから検証していくとどうなるだろうか。分析に使用するのは、NHK放送文化研究所が1973年より行っている「日本人の意識」調査である(NHK放送文化研究所編2010)。この調査は、1973年より5年ごとになされている。ただ、好きな外国に関する質問は、1993年から尋ねられており、それゆえ、本稿では、第5回(1993年)から第8回(2008年)の調査までを対象とする。これらは、全国16歳以上の国民5,400人(450地点×12)を対象とした個人面接法で実施されており、第5回から第8回まで、有効回答率はそれぞれ、70.6%、67.1%、61.5%、57.5%となっている。

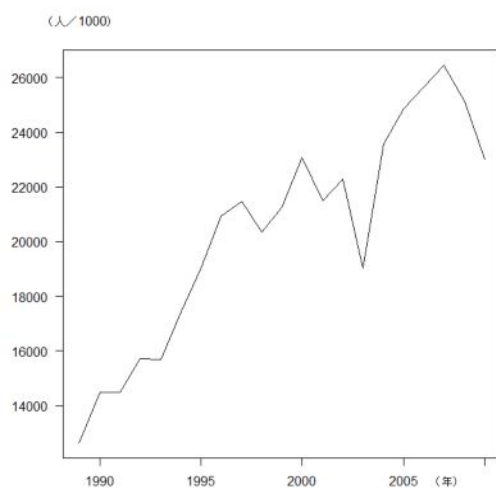


図 5.2 日本人出国者数と外国人入国者数の和

出典：法務省「入国管理統計」より作成

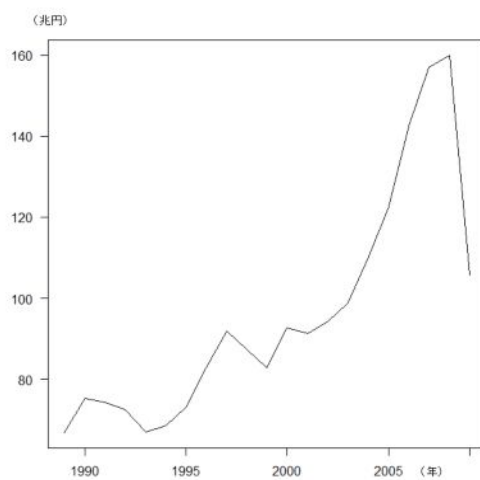


図 5.3 輸出総額と輸入総額の和

出典：財務省「貿易統計」より作成

好きな外国に関する質問は、

「あなたがいちばん好きな外国はどこですか。1つだけおっしゃってください。」

というものである。先の内閣府による「外交に関する世論調査」が、国を特定して、さらに、4件法で尋ねているのに対して<sup>2)</sup>、この調査の特徴は、1つだけ尋ねている点に特徴がある。そういったワーディングの問題もあるせいか、後述するように、どの時点の調査においても、「ない」という回答が一定の比率を占めている点は無視することができない。

それでは、こういった選好について、変化はしているのだろうか。そこで、「無回答」も含めた14カテゴリに関し、調査年ごとに4行14列のクロス表を作成し、質的分散を求めた

表 5.1 調査年と外国への選好との関連 (行パーセント)

	アメリカ	豪	スイス	それ以外	なし	無回答
第5回(1993年)	22.9	15.2	10.5	28.1	20.3	3
第6回(1998年)	24.2	10.6	10.3	32.9	20.0	2
第7回(2003年)	22.8	9.8	9.7	32.8	22.3	2.6
第8回(2008年)	17.7	8.6	8.6	37.1	23.7	4.3

・「それ以外」は、上位のアメリカ、オーストラリア、スイスの3ヶ国に加え「なし」を除いた国を合わせたもの

ところ、それぞれ1993年から2008年まで、0.43、0.432、0.433、0.438となり、ばらつきが拡大しているとまでは言えなくとも、低下しているとはいえないことが示唆された。すなわち、グローバリゼーション仮説が支持しているような多様化が進んでいるかどうかは明確に結論づけることはできないものの、アメリカナイゼーション仮説が予測するようなアメリカへの選好が高まるような結果にもなっていない。

#### 第4節 分析

##### 第1項 外国への選好の内訳—アメリカへの親しみの高さ—

また、1993年から2008年まで、4時点のデータを統合した分析によると、好きな外国の内訳は、次のようになる。全13858ケースのうち、アメリカ(3045)、オーストラリア

(1555)、スイス (1362)、フランス (670)、中国 (417)、カナダ (590)、イギリス (661)、ドイツ (357)、ニュージーランド (327)、イタリア (484)、韓国 (91)、その他の国 (915)、ない (2973)、無回答 (411) となる。アメリカを好きであるとする回答はもっとも多く、旧共産・社会主義圏については、中国が 417 ケース見られるに過ぎず、中国は、オーストラリア、スイス、フランス、カナダ、イギリスよりも少ない。自由主義・資本主義陣営が好まれ、旧社会・共産主義陣営がそれほど好まれるわけではないという先行研究の知見と整合的である。

変化も生じており、その変化についてももう少し詳しく見てみるならば、アメリカの比率は、1993 年から 2008 年にかけて、5.2 ポイント減少しており、オーストラリアは 6.6 ポイント減少しており、スイスも 2.9 ポイント減少している。すなわち、総計で上位の 3 ヶ国が、この 15 年の間に、比率を低下させている。その代わりに、増加しているのは、「それ以外の国」で、9 ポイント増加しており、また、「なし」という回答も、3.4 ポイント増加している。増加している国について、国別に内訳をみると、イタリアであり (1.2 ポイントから 5.2 ポイント)、ランク外に入っているような少数回答の国の累計 (5.2 ポイントから 8.3 ポイント) である。こういった国々について、「ない」を一つのカテゴリとして、また、4 位以下の国を「それ以外」の国としてカテゴリの統合を行い、調査年との関連についてクロス表を作成したものが表 5.1 になる。

## 第2項 記述統計と要因分解

こういった点を見てみるならば、アメリカナイゼーション仮説は否定されるといってよいだろうが、変化も観察される。それでは、そのような変化をもたらした要因をどのように考えればよいだろうか。こういった変化が何によってもたらされているのか、以下で、分析していくこととする。

このような時代と相関するような社会の変化の分析においては、コーホート交代による変化と個人変化とを識別することが重要になる (Firebaugh 1997)。コーホート交代とは、サンプルに新しいコーホートが入り、古いコーホートが抜けることによって総平均に変化が生じることであり、社会変化を解明する上で、無視することのできない点である。

上で検討してきたグローバリゼーションの効果が見られるとすれば、それは時代が変化することによって個人が態度を変えたという意味において、個人変化として捉えられるだろう。また、それは、加齢、コーホート交代、時代の効果の区別に注意しつつ、社会変動

を分析していく「コーホート分析」(Glenn 2005)の観点からするならば、時代効果として位置付けられよう。

まず、出生コーホートごとに記述統計を確認し、大まかな傾向を把握しておく。出生コーホートについては、次のように作成した。出生コーホートは、調査年から年齢を引いて求めることができる。今回のデータについては年齢に関し、5歳刻みのカテゴリカル変数で提供されているため、それらの中央値を調査年から引き、1921年生まれから1933年生まれ、1934年生まれから1953年生まれ、1954年生まれから1973年生まれ、1974年生まれから1992年生まれと、4つの出生コーホートに類型化した<sup>3)</sup>。

まず、アメリカについて示したのが、図5.4である。全体平均は男女ともに2008年において最低であり、男性において低下が顕著である(1993年の30.6から2008年の22.0)。そして、男女ともに、全ての時点において、団塊の世代を含む出生コーホート(1934年から1953年生まれ)の平均値が他の世代に比較して低い。この点は、牧田(2008)の指摘している通りである。

オーストラリアについて示したのが次の図5.5になる。男女ともに、最も古い出生コーホート(1921年から1933年生まれ)において、選好が低いのに対して、最も若い出生コーホート(1974年から1992年生まれ)の、特に女性においては、すべての時点において選好が高い。ただ、オーストラリアについても、1990年代と2000年代を比較した場合、2000年代に全体平均の比率は低下しており、男性においては2003年に全体平均がもっとも低く(8.1%)、女性においても全体平均は2008年に9.2%ともっとも低くなっている。

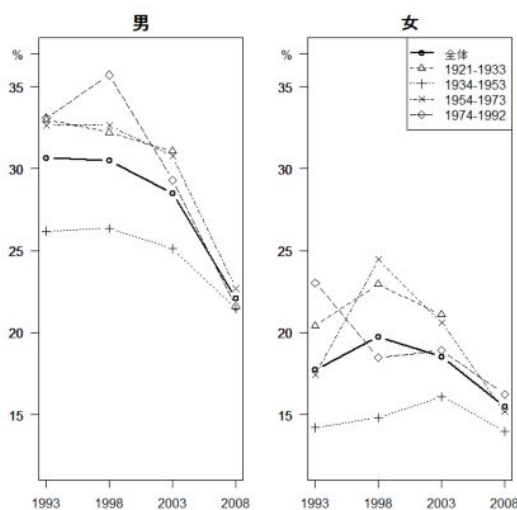


図 5.4 出生コーホート別アメリカへの選好の変化

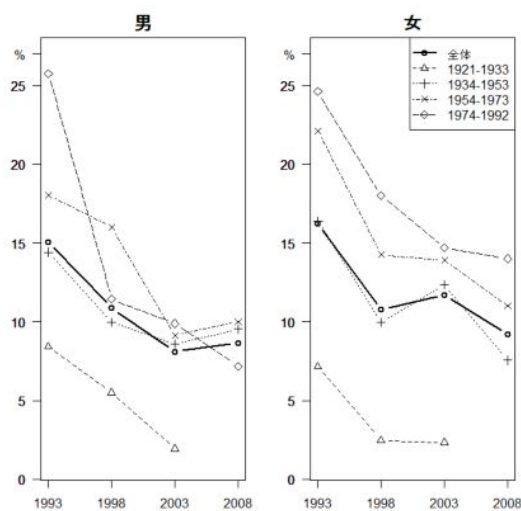


図 5.5 出生コホート別オーストラリアへの選好の変化

スイスについて示したのが図 5.6 である。スイスも、男女ともに、全体平均は 2008 年がもっとも低くなっている（それぞれ 6.3 ポイントと 11.1 ポイント）。しかし、出生コホート別に見た場合、団塊の世代を含む出生コホートにおいて（1934 から 1953 年生まれ）、男女ともに全ての時点において高くなっている。この世代は、アメリカへの選好が一貫して低く、逆に、スイスへの選好が一貫して高くなっている点に特徴がある。