



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	東アジアの国際化・グローバル化と「観光」研究
Author(s)	金, 成玖
Citation	CATS 叢書, 11, 79-81
Issue Date	2017-03-07
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/66701
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS11_11.pdf



東アジアの国際化・グローバル化と「観光」研究

金 成政

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 准教授

観光は、戦後東アジアの「国際化」と「グローバル化」のプロセスとその相互作用を理解するにあたって重要な意味をもつ。国境を越える人の移動と場所の消費を可能にする制度、言説、実践により、空間の構造と場所のアイデンティティが変容し、やがては境界をめぐる「感情の構造」が再構築されるからである。観光は、国際化とグローバル化の相互作用による「産物」だけではなく、それ自体で二つのプロセスの相互作用を促す「場」である。

一般的によく使われる言葉である国際化とグローバル化は、実際異なる性格をもつプロセスである。国際化が境界の内部に基礎を置きつつ境界を越える交流についてのプロセスであるなら、グローバル化は空間を超越し、時間を圧縮するプロセスである。したがって、国際化が国家内部にさまざまな結果を及ぼすのに対し、グローバル化は国家の内部と外部の空間的・社会的枠組みそのものを再構成する¹⁾。

このような意味の違いにもかかわらず、二つの概念が頻繁に区別なく使われる理由は、概念の理解が不十分な理由もあるが、それよりも実際この二つのプロセスが互いに相互作用しているからであろう。境界をめぐるさまざまな事象が、境界をめぐる認識と感情、信念を揺るがしながら、ときには境界を強固で固定的なものにし、ときにはその境界を柔軟で流動的なものになっているのである。

したがって、東アジアの国際化とグローバル化における「観光」の意味をとらえるためには、次のような普遍的かつ特殊な側面を理解することが必要となる。

第一に、グローバル・カルチャーを生み出す「圧縮のプロセス」に注目しつつ、そのプロセスが、意味と表現の体制の全面的な同質化ではなく、地域と地域の間に人間や財、意味のフローが存在する社会的ネットワークであるという観点を受け入れ、そのプロセスが国際化をめぐる「境界」のあり方といかに葛藤・矛盾するのかを検討することである。

第二に、東アジアの経済成長の原因と戦略を指して提案された「開発国家」(development state)という概念を用いることである。「開発国家」は、日本と韓国、台湾などの東アジア諸国における経済発展の諸様を資本主義や社会主義的發展過程とは異なる第三の形態として把握し、特殊なプロセスとして説明するための概念である。経済的成長を最優先する国家活動、業績主義に基づいた官僚主義、利害関係に反する力からの保護などの特徴とするこの開発主義は、グローバル化を可能にした経済的基盤となった一方で、グローバル化を

促す動きと多くの面で衝突してきた。

第三に、アメリカン・ヘゲモニーをめぐる共通の経験とアジア諸国における日本の大衆文化の交通、東アジア諸国からの文化発信と市場の拡大を中心とするトランスナショナルな文化越境を把握することである。そのためには、「アメリカニズム」の覇権的性格や「中核国家」として日本の役割、「東アジア大衆」のトランスナショナルな諸経験を、東アジアの戦後的文化空間として総合的に論じることが求められる。国際化とグローバル化の相互作用は、東アジアを構成してきたさまざまな条件や要素が複雑に矛盾、葛藤するプロセスでもあるからだ。

もちろんこの三つの次元の背景には、アメリカニズムとアメリカ化が強力に作用した戦後直後から、東京五輪と大阪万博などを経ながら日本の国際化が加速していった 1960-70 年代、ソウル五輪開催前後の開放や民主化とともに韓国の国際化が進んだ 1980 年代、冷戦崩壊後の市場開放とともに中国の国際化が始まった 1990 年代にいたるまでのプロセスと、その後さまざまな領域で起きた東アジアのグローバル化のプロセスの相互作用があった。つまり、東アジアの国際化とグローバル化における「観光」のあり方と意味を考えることは、東アジアの歴史的文脈のうえで、国家の内部と外部の相互作用による空間の編成と場所のアイデンティティとイメージ、そのなかでの人びとの移動と消費の「構造」の変容、つまり再^{リストラクチャリング}構造化を歴史的かつ実証的に考えることである。

それは、次の三つでまとめることができる。

第一に、「空間の再編成 (reorganizing space)」の次元である。すでに固定されているかのようにみえる空間の秩序は、新たに設定された境界によって再配置される。1960-80 年代に世界で起きた「開発」の過程が示しているように、あらゆる空間――住まい、労働、余暇の空間――の再組織は、新たな社会的関係をともに再組織させた。この次元は、急速に変化する経済的基盤に基づいて、国家の内部と外部、ローカルなものやグローバルなものを複雑に行き渡るのが、空間的基盤を再組織し、既存の権力構造を転換させるという意味で、きわめて政治的なものでもある。

第二に、「場所-アイデンティティの再構築 (reconstructing of place-identity)」の次元である。場所は、再編成された空間とその中で変容した社会的関係と権力構造を通じて新たに認識される。経済的、空間的基盤に基づいて設けられた差異を通じて、場所間のヒエラルキーと移動が生じ、住まいと労働の空間的基盤やそれをめぐる意識や感情が変容するのである。こういった場所-アイデンティティの変容は、国家あるいは都市内部の権力構造に対する感覚と意識を変化させ、場所をめぐる闘争と戦略を生み出す。つまりこの社会的次元で、さまざまな認識と感情、関係が空間的に構築されるのである。

第三に、「場所イメージの再生産 (reproducing place-image)」の次元である。経済的、社会的変容とともに再編成された空間と、それによって新たに構築された場所アイデンティティは、メディア――新聞、雑誌、テレビ、映画、旅行ガイドブックなど――によってまなざされ、特定の記号と表象を与えられることではじめて消費の対象となる。そこには場所

の内側と外側をまたがる諸主体による文化的アイデンティティが存在するため、場所アイデンティティと場所イメージはつねにさまざまな「ズレ」を生み出しながら葛藤し、接合する。またイメージの消費は生産による効果ではなく、むしろつねに相互作用するものである。たとえば、この新しい場所イメージを消費するために訪れる観光者は、場所の消費者であるが、同時に場所をめぐるコミュニケーション行為者でもあり、場所イメージを構成する記号でもある³⁾。

東アジアの観光は、これらの諸次元をまたがる複雑な構造の変化とともに量的・質的に変容してきた。それは、経済発展と社会変動とともに再編成された空間のなかで社会的関係を再構築することであり、急速に変容した場所性とともに個々のアイデンティティを再認識することであり、観光者そのものが場所を消費する主体として、また場所のイメージをつくりだす記号として作用することであった。その過程を歴史的かつ実証的に探ることで、戦後東アジアにおける国際化・グローバル化がもつ複雑な性格とそのなかでの戦後東アジアの文化ヘゲモニーの変容過程、大衆の認識や感情、身体に刻まれている「世界」や「他者」、「地域」や「自己」をめぐる欲望とまなざし、戦略のあり方を理解することができるだろう。

注

- 1) Katzenstein, P. J., 2005, *A Word of Regions Asia and Europe in the American Imperium*, Cornell University Press. (=2012, 光辻克馬, 山影進訳『世界政治と地域主義—世界の上のアメリカ, ヨーロッパの中のドイツ, アジアの横の日本』書籍工房早山.): 29-38.
- 2) 「場所性の再^{リストラクチャリング}構造化」における三つの次元については、拙稿「戦後ソウルと日本人観光者—江南誕生による場所と移動の再構造化」金成玖・岡本亮輔・周倩編『東アジア観光学—まなざし・場所・集団』秋書房（2017年）から引用。より具体的な歴史的・理論的考察についてもこの論文で述べている。