

施設でも、こどもの誘いで農村部から転居してきた高齢者が都会になじめず保護されることは多い。

ケアの実践は介護者の事情によっていることが多いが、それがケアの受け手のウェルビーイングを高めるのだろうか。社会関係に埋め込まれたケアは、どの程度ウェルビーイングを高めるのだろうか。今後の研究が期待される。

まとめ

日本は、EPAによるアジアからの介護従事者を受け入れて10年がたった。しかし、ケアの担い手の送り出し国でどのようなケアが実践されているのかは知らないままであった。開発途上国の人々、特に女性が担うケアがどういったものかを知らずに、所与のものとして日本は受け入れてきたのだ。こうした所与とされてきたケアを詳細に記述し、可視化したという点で、本書には大きな意義がある。

本書が扱う社会関係に埋め込まれたケアもまた、日本をはじめとする先進国では重要視されてこなかった。介護保険制度のような、保険料と税金で賄われた制度にはそぐわないからだ。とはいえ、住み慣れた地域や人々にかこまれ、その環境で高齢者が社会参加を続けられるというのは、彼らの生活の質を維持するうえで、極めて重要である。

ただし、本書では十分に論じられていないのだが、この社会関係に埋め込まれたケアにも弱点があるということ、評者として指摘しておきたい。社会関係に埋め込まれたケアは、現代のネオリベラルな動向によって政治的に利用される危険性があるし、必ずしもケアの受け手にとって最善のものとは限らない。本書を機に、グローバル化されたケアにおける社会関係に埋め込まれたケアがどういった特徴を持つのか、そしてそれが高齢者の生き方を考えたときにどう相対化されるのか、今後の研究の動向が期待される。

(安里和晃・京都大学大学院文学研究科)

福岡まどか；福岡正太（編著）、『東南アジアのポピュラーカルチャー——アイデンティティ・国家・グローバル化』スタイルノート、2018、478p.

17名の研究者による東南アジア各地のエスノグラフィの集合として、充実した本であり、読むのが楽しかった。21世紀初頭の東南アジアの雰囲気を、それぞれの多彩で活発な文化活動を焦点にして把握表現した一冊として、貴重な歴史的資料となるであろう。東南アジア研究の側面と、ポピュラーカルチャー研究の側面から論じてみたい。

東南アジア研究の側面から、20～30年前と比べて同地域が全体として実に大きな変化を遂げてきたことを改めて認識させてくれた。インドネシアでは、かつてのナショナリズムの時代には「インドネシア語でインドネシア国民に共有される文化を育む」という目標があり、それに続く開発独裁の時代には、人々の文化活動は強引な国家介入を受けていた。事例として、1989年ジャカルタの町はずれの広い駐車場で、グンドウトの人気歌手ロマ・イラマの野外コンサートが開催されたときのことをあげよう。ステージ周囲の聴衆は警察官らによって取り囲まれた形になっており、地面にしゃがみこんで音楽を聴くことを強要されていた。それでも音楽が佳境に入ると人々は踊りながら立ち上がろうとし、その度に警察官によって3～4メートルもある長く硬く重そうな棒で、バシッバシッと容赦なく首筋や肩や頭や背中を叩かれ、その痛みで声もなく座り込むという光景が繰り返されていた。コンクリートの広場を埋めた数百の聴衆には、そうしたステージ周辺の状況は見えない。音楽の高まりとともに、人々が酔い踊ろうとする度毎に、それを抑圧し押し殺す無言の空気の波が伝わってくる。人々の間には、言い知れない不満が鬱積していく。脈やかなりズムを醸し出す音楽の誘惑にもかかわらず、波状に伝わってくる重い空気が、聴衆を音楽から分断し、人々は相互に孤立したままである。一人の若い女性が身体を揺らしながら着ている服を脱ぎ、ブラジャーを外し始めた。うつろな眼差しが見える。連れの男性が、無言で脱ぎ捨てられた服を拾って着せかける。脱

ぐ、拾う、着せる、脱ぐ、拾う、と二人はいつまでも繰り返す。周りの人々は、二人の動作が視野にはいつているはずなのに、それぞれが異次元に存在しているかのように何らの反応も示さない。やがて広場の全体が夕闇に包まれ、照明もなく、とうとう人々は非日常的な祝祭空間を創出し共に酔いしれることはかなわなかった。本書に記された各地の活発な文化芸能活動とその「場」の描写分析を読みながら「時代が変わった」ことを思う。なお、金悠進による第10章「インドネシア・インディーズ音楽の夜明けと成熟」はこの間の歴史的流れを活写している。

メディア状況の変化も大きい。編者の福岡まどかはインドネシアの「多様なメディアが多数出現している現状」を、先行研究の資料を交えて指摘する。「現地で用いられるほぼすべての言語を用いた出版や放送を担う」「数千の出版社と数百のラジオ局と数十のテレビ局」があり、さらに「推定2000に達する非合法のラジオ局やテレビ局が放送」を行っている（p.32）。この異常なまでの文化情報活動の多彩な活発さは、温度差はあれ、東南アジアの各国に見られる近況であることがわかる。

欧米の研究者たちの中には、文化のグローバル化とは、将来的に地球上の文化が均質化することであり、具体的にはハリウッド映画やマクドナルドが世界を制覇することだと見做す人々がいた。文化帝国主義論という単純な議論も登場した。しかし本書を読むと、仮にそういう状況が生起するとしてもそれはかなり先のことでありと容易に推測される。その前に「多文化の混成する東南アジア」における「多様な文化の交流」によるさまざまな影響が単純なはずはないのである。福岡まどかも、メディアや、経済や、教育等によって「文化表現に関する価値観やスタンダードが形成されて広まっていく」流れがあることを認識しつつ、そこからいきなり結論に向かうのではなく、まずは「文化表現の担い手や受け手」がそれぞれに東南アジア文化の独自性について考え、模索していく過程そのものを視野に入れようとする（pp.28-30）。それが限りなく複雑な過程となるであろうことは、本書に収録された各地の文化状況からもよくわかる。統一的な国民文化の創造に情熱を注い

だ時期や、国家による文化表現への統制時期のほ

うが、むしろこの地域における文化状況にとっては異例な時期であったのかとさえ思える。

半世紀以上も前に、ヒルドレッド・ギアツはインドネシアの社会と文化の多様性を論じた古典的論文において、インドネシアの島々は海によって隔てられていたから多様なのではなく、海というハイウエイによって相互につながっていたから多様なのではないかと議論した [Geertz 1963: 96]。同地域は世界各地からもたらされる異文化の数々に「受容性、柔軟性、選択性」をもって対してきたのであり、この文化の交差点における多様性は、相互間の交流によってこそ説明されるべきだと言う。同地域の文化社会の多様性、開放性、順応性そのものが文化の形であり、強さであり、構造的な特質であるとする。これはインドネシアに限定されるのではなく、2千年にわたって中国とインドと中近東と地中海の諸文明と対峙してきた東南アジアの諸地域に共通するものであるだろう。福岡まどかもまた「そうした柔軟な受容の力が東南アジアに共通する特徴である」（p.30）と述べている。今後ますます文化・社会・宗教等のグローバル化が進行するときに、現地調査に基づいて、文化は必ずしも常に多様性から均質化に向かって進化するものではないと指摘することは、文化を研究するうえでの価値ある提言であろう。

次いで、ポピュラーカルチャー研究の側面から議論したい。この研究領域はいまだ流動的であり、どう定義するかについて、編者は数多くの先行研究に当たっており、執筆者間で議論もし、苦労したのではなかろうか。評者は米国の文化研究の傑作であるリチャード・オーマンの研究 [Ohmann 1996: 11-30] を推しておきたい。「文化を売ること」であると同時に「売ることの文化」でもあるマスカルチャー/ポピュラーカルチャーの定義はもちろん、およそ100年前に、「広告」という新しいビジネスモデルをえた雑誌が、読者、マーケット、資本主義、ひいてはアメリカ合衆国社会のあり方を変えていったことが説得的に展開されている。マスカルチャー研究においては、利益を追求する生産者と、文化的生産物そのものと、その消費者が研究対象として登場する。一方でポピュラーカ

ルチャー研究は、「人気 (popularity)」という個々の消費者の主体的選択そのものの根拠を理解しようとする。

本書も「文化の生産・流通・消費のあり方に着目」(p. 39) するが、しかしその枠組みは実現されているだろうか。経済的には、第5章「フィリピン・インディペンデント映画の黄金時代」と第7章「フィリピンのゲイ・コメディ映画に投影された家族のかたち」において、鈴木勉と山本博之は、それまでの映画制作のように「制作・配給に至るまで大手の資本、いわゆるメジャー映画会社に依存」することをやめ、「35ミリがだめなら、デジタルがあるじゃないか」(p. 199) と、21世紀の新たなビジネスモデルへ乗り換えた制作者たちを記録している。20世紀型の大量生産時代のマスカルチャーに代わって、小規模でニッチなマーケットに向けたポピュラーカルチャーの制作である。小さなマーケットでは、固有の消費者の「人気」に照準を合わせ、制作物のデザインを柔軟に変化させることも容易になる。「創造産業の革新運動」のただなかで、フィリピン人の多様で流動的な「自画像の再構築」が行われ、「対話のプラットフォーム」(p. 182) という用語が示すように、21世紀の新たな情報プラットフォームの時代に即した文化の姿を先取りする。

一方で、同じく映画研究の各章——第1章タイ映画、第4章ベトナム映画、第6章インドネシア映画——においては、映画作品のストーリーやメッセージや社会文芸活動が詳細に論じられる一方で、なかなか消費者の顔が見えてこない。生産者の表現意図を、消費者はそのまま素直に鵜呑みするものだろうか。文化的生産物が消費者から獲得する「人気」は、必ずしも制作者が意図したものと同一ではない。想像力と手間の要る調査研究領域であるが、ポピュラーカルチャー研究をテーマとするからには避けるわけにはいかない。インドネシアの開発独裁時代の映画には、よく「覗き見」場面があり、主役風の美男美女の動静を、芸人風のキャラクターの友人や知人が本影やベンチの下などありとあらゆる状況設定によって覗き見る。そうした場面ではきまって映画館内は観客の大きなどよめきや笑い声が起った。これは影絵

芝居における神々と道化との伝統的役割分担として分析するのか、新聞・雑誌・テレビニュースを見るときの「あ〜、スハルト大統領とその仲間、こういうことを考えているのか」という当時の人々とメディアとの関係性の構造を再現したものとするのか。東南アジア研究としては、数々の映画ストーリーの叙述は歴史的な記録であるが、ポピュラーカルチャー研究としては、消費者が受容していたメッセージは何であったのか、明確な言葉で表現される文学と異なり、音楽や映像をとともなうポピュラーカルチャーにおいては複数のメッセージの可能性を検討する手順が必要である。文化的生産物のもつ意味や価値はだれによって規定されるのか、これはカルチュラル・スタディーズにおける根本的な問いである。消費の各段階において消費者によって価値が決められ生み出されるのであれば、制作者の意図が正しく他は誤解であるという区別は無効となる。

本書は、その内容の豊かさにおいて傑出しており、さまざまな現地経験を思い出しながら充実した時間をもてたことを感謝したい。どの章も、拾いあげられた対象や、執筆者による描写が面白く、角度を変えるごとに、異なる図柄が現れた。実は書評もこれで4回目の書き直しである。各章ごとの評価は関本氏の見事な書評[関本 2019]が出たので、そちらに依拠することとした。三部それぞれにコラムが配置されており、それもピリッと味のきいた読み物になっている。読者には忘れずに読んでいただきたい。

(白石さや・東京大学名誉教授)

参考文献

- Geertz, Hildred. 1963. Indonesian Cultures and Communities. In *Indonesia*, edited by Ruth T. McVey, pp. 78–84. New Haven: Yale University Press.
- Ohmann, Richard. 1996. *Selling Culture: Magazines, Markets, and Class at the Turn of the Century*. London and New York: Verso.
- 関本照夫. 2019. 〈書評〉福岡まどか・福岡正太(編著)『東南アジアのポピュラーカルチャー——アイデンティティ・国家・グローバル化』『東南アジア——歴史と文化』48: 93–97.