ソウルの消費空間から考える若者世代の文化的位置
1990年代から2010年代まで

金 成 玟
（北海道大学）

はじめに

韓国において、「若者世代」が文化的主体として登場したのは1990年代である。その後、韓国社会の急速なグローバル化や1990年代後半に台頭した「韓流」現象などとともに、生産・消費主体としての若者が持つ文化的位置は著しく拡大した。しかし同時に、1990年代以降は、1997年のアジア通貨危機と2008年の世界金融危機を通じて新自由主義化が加速化し、経済的格差が拡大することで、若者世代が不安定な所得・雇用状況に陥った時期でもある。その中で、世代間の葛藤とともに、「韓国文化の流行とグローバル化を主導する世代」と「激しい競争と不平等に立たされた不幸な世代」のあいだ、つまり若者の文化的位置と社会的位置のあいだに大きなズレが生じた。

そのようなズレは、「若者世代論」からも顕著に表れている。韓国における世代論は、1987年以降の民主化と大衆社会化に伴う「世代化過程」とともに本格化した。最も有名な世代名称の一つである「86世代」（80年代に大学生だった60年代生まれ）の言説的効果が表れたのも90年代後半だった（シムグァンヒョン 2010: 45）。70-80年代の世代論が、世代を年齢集団で区分する伝統に基づいていたことに対し、90年代以降の世代論は年齢以外の諸要因に注目し始めた（チョソンナム・パクスクミ 2002: 44-48）。

世代論の関心が「生物学上の内容」から「歴史的な内容」（ウィリアムズ 2002: 137-138）へとシフトすることによって本格的に論じられ始めたのは文化、とりわけ「若者文化」だった。1990年に人口の74.4%（韓国統計庁 2019: 33）が集中した都市空間の消費文化と、メディア大衆文化の爆発とともに可視化されたいわば「新世代（シンセデ）」がそれまでの時代との「差異」を最も象徴的に示す記号・現象として浮上したことに伴い、世代文化論は、若者世代の特異性を浮かばせる「歴史的内容」を中心に展開された。

しかし多くの若者文化論は、世代を「重大な社会的現象」とともに自動的に登場する集団的属性として捉え、若者文化と既成世代の二項対立的な差異に焦点を当てているため、世代を「理解」の対象ではなく「批判」の対象として扱う観点の限界を持っていると指摘されてきた（キムソンギ 2016: 9-10）。さらに指摘できるのは、「若者文化」が複雑な社会的文脈とは分離された、メディア技術やコミュニケーション形式、消費形態だけで説明されることで、若者の社会的特異性を「批判」と「政治的専有」の対象として、文化的特異性を「マーケティング」と「経済的専有」の対象として扱う議論のズレが生じたことである。

このような文脈から本稿は、若者世代の文化的特異性が歴史的文脈を持つ政治・経済・社会的変動との相互作用によって生み出されたものとして捉え、「若者文化論」が台頭した90年代以降、「若者」の文化的・社会的アイデンティティが複雑に交錯した都市空間の諸経験を通じて、韓国の若者世代が持つ文化的特異性の変容について考察する。そのために、90年代の狎鴎亭洞、2000年代の弘大前、「ヒッププレイス」と呼ばれる2010年代の

複数の消費空間の形成過程において若者世代の文化的位置がどのように変化してきたのかを、社会的特異性と文化的特異性を貫く韓国社会の「現代性」のあり方とともに探る。

1. 90年代・狎鴎亭洞・文化占有者

1987年の民主化抗争、1988年のソウルオリンピック、1989年の冷戦終結などとともに始まった90年代を通して、民主主義への移行と大衆消費社会への進入、国際化およびグローバル化の加速化がつくり出したエネルギーは、前の時代とのさまざまな差異を生み出した。そのダイナミズムを象徴したのは文化だった。文化生産の社会的関係や実践様式を含む文化空間が形成される中で、カルチュラル・スタディーズや文化社会学など、大衆文化に対する理論的アプローチが本格化し、具体的な研究成果が生産され始めたのもこの時期だった（ウォンヨンジン 2004、キムイェラン 2007）。

90年代という時代性とその特異性を表す文化の相互作用を説明するために注目されたのは若者だった。「アパート」を居住空間とする四人家族が標準化した中産階級の生活様式や私教育の拡大、インターネットの普及を日常的に経験した90年代の若者が持つ世代的特徴は、親世代はもちろん、軍事独裁政権に対する民主化闘争を日常的に経験した直前の世代とも著しく異なっていた。この若者たちは、かつてない多様な世代名称で定義された集団であり、「自分の世代」を規定するための論争に自ら参加した初めての世代でもあった（イジェウォン 2010: 92-93）。文化と世代が主な学問対象として注目される中、「新世代」と呼ばれる集団が90年代という時代のみならず、韓国社会をめぐる新しい想像力と欲望を表す主体として浮上したのである。

大衆文化の構造も、流行を主導する消費階層であり、核心的な享受層として浮上した若者を中心に再編され、その欲望とまなざしを吸収していった（カンジョンソク 2017）。その中でも若者が主導する90年代の文化空間の象徴として見られたのは「ソテジ現象」だった（キムチャンナム 1995）。1992年にデビューした三人組グループ「ソテジワアイドゥル」は、ラップやヒップホップを取り入れた音楽やパフォーマンス、ファッションなどの新しい表現様式を若者に流行させると同時に、国家による法制度、マスメディアの文化権力、既成世代による偏見と抑圧など、文化主体として浮上した「新世代」の欲望を積極的に吸収した（金成玟 2018）。「ソテジ現象」は、若者文化の象徴として、世代を規定する「歴史的内容」に多大な影響を与えた。その影響は、音楽のみならず、映画、テレビドラマ、公演などのあらゆる文化領域に対するものであり、文化を超えた社会全般に対するものでもあった。

新しい時代と世代は、その欲望とエネルギーを吸収し、「新しい自分」を主張するための消費空間を求めていた。明洞や鍾路、新村、梨泰院などに刻まれている20世紀の様々な歴史的文脈を共有しない、新しい盛り場として誕生したのは、江南の「狎鴎亭洞（アックジョンドン）」だった。狎鴎亭洞は、1970-80年代の都市開発を通じて、宗教・商業・文化・産業・教育施設の集中とともに、都市の中心性を担う新しい都心に成長した「江南」の経済社会的位相を象徴する高級住宅街として浮上した地域である（金成玟 2017）。1990年に一坪当たり3,400万ウォンまで上昇した土地価格とアパート価格が富裕層を量産し、経済資本を集中させる一方で、社会関係資本を誘導したのは、名門高校の移転を中心とした教育特区機能だった。「アパート」と「学校」が強固に結合した「教育特区」（オジェヨン 2015: 219）としての特権は、80-90年代を通して中産階級家庭の若者の人口を急速に増加させた。

その階層の形成を支える社会・文化インフラだった商業施設は、文化資本や社会関係資本を培養・管理する空間として機能した（キムミヨン 2016: 21）。狎鴎亭洞は、いわゆる「江南子」を含む新世代の欲望を吸収していった。マクドナルド韓国1号店を出店した1988年頃から急増したカフェ、レストラン、ファッションブランド店、クラブ、カラオケルームなどが高級アパートと並んでいるその風景は、「海外移民の子供たちが母国に戻ると必ず訪ねなければならない観光コース」（カンネヒ 1992: 17）と呼ばれるほど、高度成長と

国際化が進んだ韓国社会の「現代性」を表象するものとして認識された。

その中でも狎鴎亭洞という盛り場を主導したのは、ロサンゼルスにある高級住宅地「ビバリーヒルズ」内にある「ロデオドライブ」からその名を借りてきた「ロデオ通り」だった。ロサンゼルスやニューヨーク、東京からのファッションと音楽、食文化で溢れるロデオ通りは、江南の若者はもちろん、移民2、3世や留学生、ソウルの若者たちが「江南文化」を消費するために集まる場所であり、狎鴎亭洞の象徴としての若者の文化的権力が空間的に表れる場所でもあった。1995年の音楽専門ケーブルテレビ「Mnet」「KMTV」が、テレビ放送の中心地汝矣島ではなく江南に開局し、SMエンターテインメント（1999年）を中心とした音楽事務所が次々と拠点を移したのは、流行を主導する生産・消費主体としての若者が与えた空間的位相を表すといえる（金成玟 2020: 129）。

90年代という時代のイメージと物語も狎鴎亭洞と若者の関係を通じて作られていった。映画「風吹く日なら狎鴎亭洞に行かねば」（1993年、ユ・ハ監督）をはじめ、狎鴎亭洞をめぐる若者の欲望に注目する映画・小説が次々と登場する一方で、「狎鴎亭文化」を表象するテレビのドラマやバラエティ番組も増えていった。メディアは「90年代若者の文化を代弁する最も代表的な言葉」（『ハンギョレ』1992年12月10日）である狎鴎亭洞を、「ソテジ現象」とともに90年代の新世代文化を代表する場所として規定した（『文化放送』1992年7月20日）。狎鴎亭洞に集まる富裕層若者を指す「オレンジ族」や「90年代に大学生になった70年代生まれの20代」を指す「X世代」の世代的特異性をめぐる社会的・学術的議論も相次いだ。その中で狎鴎亭洞は、「ソテジで象徴される若者世代の特異な文化が盛んな場所」としての意味と「韓国資本主義の展示場」としての意味が重なる場所として論じられた（カンネヒ 1992: 13）。

狎鴎亭洞で台頭した「新世代文化」は、若者の流動人口や関連施設が急増した清潭洞、新沙洞、盤浦洞、方背洞、江南駅周辺などの街々と相互作用しながら「江南的なるもの」の盛り場をつくり上げた。その「江南的なるもの」は、ローカルなスケールでは江北にあった消費空間が移動した「江北的なるもの」と区別されるものであり（『東亜日報』1997年5月13日）、グローバルなスケールでは「世界的なるもの」への欲望やまなざしを吸収するものだった（金成玟 2020）。

90年代以降、資本主義的グローバリゼーションの生産における支配的な場所（マッシー 2014: 362-363）としてのソウルのアイデンティティが構築されていく中で、狎鴎亭洞という盛り場は、その文化的秩序が表れる「出来事」（吉見［1987］2008: 116）でもあった。実際は狎鴎亭洞の内側と外側を貫く階層意識が強く作用していたにもかかわらず、この場所が「新世代」の同義語のように語られたのは、それまでの「大きな物語」が民主化と冷戦構造の崩壊によって解体され、新たに到来した大衆消費社会に対する衝撃と不安を読み取ることができる「狎鴎亭洞へのまなざし」（チョヘジョン 1992: 37-56）が、既存世代にはない想像力と感受性として若者世代全体に向けられていたからだった。80年代までの政治状況のもとで「大学街」に閉じこもられた若者世代が、狎鴎亭洞のような階級空間を「占有」した「出来事」は、既成世代はもちろん、韓国社会全体にとって経験したことのない新たな文化権力の登場を意味していたのだ。

その文化権力をより具体的に顕在化させてきたのは、90年代後半に台頭した「韓流」現象である。90年代の新世代が「韓流」の担い手としてあり続けている文化産業の構造やその感覚とともに消費空間が再編されたソウルの都市構造、90年代に誕生した「K」という形容詞がつく様々な大衆文化によって再構築された韓国の文化ナショナリズムの構造、そして90年代を「文化の黄金期」と記憶し、当時の若者文化を様々なかたちで享受してきた大衆意識の構造の中で、90年代の若者世代が占有した「現代性」が再生産され続けてきたのである。

2. 2000年代・弘大前・文化闘争者

2000年代は、アジア金融危機による影響と不安、新自由主義の加速化、グローバルメディアの多様化とサブカルチャーの主流化・商業化、韓流

現象による文化産業と文化政策の転換などの条件と要素が、グローバルとローカルを横断しながら若者文化の想像力と感受性に影響を及ぼした時代だった。ソウルのグローバル都市化が本格化し、階級と空間の二極化（サッセン 2008）が急速に進むここで、90 年代の狎鴎亭洞のようなかたちで若者のアイデンティティが階層空間を占有することはもはや不可能になっていた。

その中で若者文化は、「IMF」と「韓流」の間で生まれたアンビバレントな感情とともに変容した。前者による影響が、経済的構造や生活様式、労働環境、消費形態に関わるものだったとするならば、後者が生んだ影響は、ローカルとグローバルをつなぐ文化市場の拡張、文化産業と文化政策の拡大、文化の生産と消費をめぐる社会的認識とまなざしの変化が交錯するかたちで表れた。「若者世代」の人的構成もより重層化していった。2000 年代の「若者」には、90 年代に新世代として登場し、大学を卒業したところで雇用が不安定な労働市場に進入した集団と、就職難と格差が広がる中で 20 代を迎える集団が混在していた（キムヘギョン 2013、キムスキョン・チャンミンジ・オジヨン 2013）。

しかしその若者に向けられた社会的なまなざしは、その中にある認識と感情の差異には興味を示さなかった。例えば、メディア言説として注目された「2030 世代論」は、「新しいライフスタイルと価値観を持った集団」（2000-2001 年）「ワールドカップ応援と大統領選挙を主導した変化の主体と希望」（2002 年）「世代葛藤と浪費を主導する世代」（2003 年）「マーケティングの新しいターゲット」（2005-2006）など、若者を中心に起きた社会的イベントを断片的に説明することに止まっていた（パクジェホン 2007: 17）。

1997 年という転換期が生み出した差異で構成された若者世代の構造は、他の世代とのみならず、世代の内側の「集団的」経験と記憶をめぐる差異と葛藤を生み出す条件として作用した。その結果、「多様性」と「競争」（カンジョンソク 2017: 133）といった矛盾した方向性の両立が強いられた。その 2000 年代の若者文化を空間的に吸収し、さらに生産した場所は、「弘大前（ホンデ）」だった。90 年代初頭には弘益大学から極東放送局（ピカソ通り）までだったのが、現在は西橋洞（ソギョドン）と東橋洞（ドンギョドン）、上水洞（サンスドン）、延南洞（ヨンナムドン）、望遠洞（マンウォンドン）まで拡張した地域である。

狎鴎亭洞を中心に形成された「新世代文化」が、階層的特権空間の場所性を消費しながら K-POP やファッションなどの文化生産へと移行したのに対し、盛り場としての弘大前の形成過程は、文化生産の側面から築かれた多様な場所性が、内側と外側の、それぞれ異なる文化的アイデンティティを主張する若者によって消費される方向性を持っていた。その方向性は場所をめぐる様々な闘争を促し、弘大前はもちろん、ここに集まる若者の文化的感受性をつくり出していった。「文化的差異の共存」「文化資本の独占に対する抵抗」「非主流としての文化的アイデンティティの維持」など（イドンヨン 2004: 191）、弘大前と若者の文化的アイデンティティをめぐる問題がそのまま「弘大前的なるもの」と化したのである。

その過程には、弘大前という消費空間が持つ歴史的文脈と、90 年代後半以降の若者世代が持つ文化的特異性が同時に作用していた。そもそも若者の文化空間としての弘大前の場所性は、70-80 年代を通して、弘益大学の美術大学がもつ位相とともにすでに構築されていた。地下鉄 2 号線「弘大入口」駅が開通した 1984 年前後には、弘益大学と大学周辺の美術塾、アトリエ、ギャラリー、個人スタジオなどを中心に美術やデザイン関連施設と商業施設を含むアートの街がすでに形成されていた。

90 年代に入ると、80 年代からソウルの代表的な大学街となっていた新村（シンチョン）との関係性や、1994 年の「聖水大橋崩壊事故」による消費人口移動の変化、「狎鴎亭文化」の影響などに伴い、洗練さと流行を意識した消費空間が拡大した。とくに弘大前の場所性を変えたのは音楽だった。90 年代半ばから入ってきたライブクラブとインディーバンドが、他の都市空間とは異なる「周辺性」からのエネルギーを弘大前に与えた（イミンヒ 2013: 31）。

2000 年代に入ると、90 年代後半からエレクトロニックとヒップポップが競争するかたちでダンスクラブが増加し、既存のインディー音楽とは差

別されるより大衆的な音楽シーンを築いた。22のライブクラブと30のダンスクラブ、100名のDJと300のバンドが共存していたという2005年のデータ（イムヨン 2005: 18）は、弘大の音楽シーンの空間的・人的構造をよく表している。

こうした「インディー文化」と「商業文化」の対立構造は、ロック対ヒップホップ、ホスト・ゲスト、インディー文化対商業文化、サブカルチャー対韓流、文化自由主義対開発主義など、差異をめぐる葛藤を促すものでもあったが、同時に差異を強調する具体的な内容とともに、弘大前文化の多様性を生み出す原動力でもあった。例えば、1996年から弘大前を拠点にしていた「音楽集団」としてのYGエンターテインメントがつくり出すヒップホップ音楽は、グローバルとローカルが活発に相互作用する音楽と場所イメージを弘大前に持たせるものであったが、一方では、K-POPのグローバル化とともに成長した「資本」としてのYGエンターテインメントが展開し始めた大型クラブと飲食事業は、弘大前の場所アイデンティティと「原住民」（コドンヨン 2017: 30）とも呼ばれる文化芸術人の空間を萎縮させる力でもあった。

弘大前は、それまで「新世代」として単純に把握されてきた若者世代の内側の差異が構造的に顕在化される盛り場でもあった。嗜好やジェンダー、地域などに基づいた文化的アイデンティをめぐる対立と葛藤を通じて、複雑な集団的経験や意識、感情がせめぎ合う若者のアイデンティティが、この消費空間を通じて表出された。それまで周辺化されていたジェンダーによる欲望やまなざしも2000年代半ばから認識され始めた。既存のライブクラブとダンスクラブ両方を含む「クラブ文化対カフェ文化」、ミュージシャンと舞台をめぐる「共同体意識対ファン意識」など、弘大文化の変容過程をジェンダーの差異による消費パターンと空間の変化から捉えるまなざしが形成されたのである（キムスア 2015a: 115-117）。

弘大前で生産される文化をめぐる対立と葛藤が「弘大前的なるもの」のアイデンティティをめぐる内なる闘争だったとするならば、弘大前の「開発」をめぐる資本と行政の介入と、その文化を若者たちの「逸脱」として社会問題化するメディア言説に対する対抗は、弘大前と若者両方に向けられる新自主主義の力とまなざしに対する闘争だった。2002年のワールドカップ前後から本格化した資本による場所マーケティングと開発、2004年に弘大前を「文化地区」に指定した行政による観光地化などに対する様々な抵抗は、弘大前の名物「ドゥリバン食堂」の撤去と再開発と闘った2009年の文化運動に至るまで、2000年代を通して様々なかたちで展開された。

資本や行政の介入、文化的アイデンティティの差異をめぐるこうした様々な文化的・空間的闘争の過程が表したのは、「文化雑種」と「アイデンティティの動揺」（イドンヨン 2004: 180-183）の間における対立と葛藤であり、「街」を通じて自分たちの文化を生産・消費しようとする「共同体的欲望」（イムヨン 2005: 18）であった。そこに与えられた「多様性」と「競争」といった矛盾した時代の方向性は、「弘大前的なるもの」を超え、「ソウル的なるもの」の文化的アイデンティティとして拡張していった。アジア市場から世界市場に進出し始めた文化産業や国際観光客が急増したソウルの消費空間や大衆文化をめぐる想像力と感受性に多様性を与える一方で、その中の競争を通じて新自由主義の論理に基づいた文化的・空間的再編が加速化したのである。そして、「われわれがともに生きることについての問い」（マッシー 2014: 316）を共有する若者たちは、狭い弘大前から追い出され、より広い弘大前を探し出していった。それは弘大前の拡張でもあり、ソウルの分節化でもあった。

3. 2010年代・ヒッププレイス・文化観察者

グローバル化と新自由主義が急速に同時進行した2010年代、若者世代論は、二つの異なる方向性とともに拡大した。一つは、「IP世代」（2008年）、「2.0世代」（2008年）、「G（グローバル）世代」（2010年）などの名称が表象しているように、ソウルオリンピックが開催された1988年前後に生まれ、豊富な海外旅行・留学経験を通じてグローバルな思考と感覚を持った世代的特異性に注目する方向性だった。もう一つは、新自由主義による

非正規雇用問題の深刻性を警告した『88万ウォン世代』（ウソックン・パククォニル 2007）の議論を受け継ぎ、過酷な競争システムと経済的格差に苦しむ若者世代の社会的位置に焦点を当てる世代論だった。とくに「3放世代」（2011年、後のN放世代）や「ヘル朝鮮」、「金のスプーン」、「土のスプーン」などの言葉が表す若者世代の経験と感情は、2010年代の韓国社会の特徴を表す重要な現象として浮上した。

実際、2007-2008年に7.2%だった青年層（15-29歳）の失業率が2014年には9%を超えるなど、様々な指標がその不平等を裏付けている（キムボンシク・ジャンユンヒ 2020: 112）。同時に注目されたのは、「サバイバル番組」のブームを通じて表象された、過酷な「競争」と「生存」が強いられる中で作られた以前の世代とは異なるライフスタイルと価値をつくり出す方法（キムホンジュン 2015）と、あらゆる既成世代を「不公正な集団」として敵対視する認識と感情（イジェギョン 2018）だった。

しかしそのような敵対視は、既成世代だけに向けられたものではない。2014年の「セウォル号沈没事故」、2016年の「江南駅女性殺人事件」とフェミニズム運動、2017年の「大統領弾劾」以降の社会の分裂などの様々な出来事を経ながら、極端な分裂が世代の内側でも加速化した。世代の内側と外側の諸条件による「手続きの不公正」と「機会の不平等」が複雑に混ざり合う中で（チョギドン 2020）、若者世代内部の異質性（ペウンギョン 2015）は、コミュニケーションの主な媒体・形式を変えたスマートフォンとソーシャルメディア（SNS）とともに大衆意識として定着された。他者の声が聞こえないその空間の中で、世代やジェンダー、地域、階層などによる境界がより鮮明に浮かび、集団内の「メンバーシップ」を共有しない他者に対しては、極端な怒りと揶揄を表すレッテルが貼られた。

その格差と分裂を空間的に顕在化した現象はジェントリフィケーションだった。2000年代後半まで「不在者の住宅高級化」（『ハンギョレ』2011年9月26日）の意味で翻訳されていたこの概念は、韓国においては、主に衰退した都心地域が文化・芸術とともに消費空間化していく「都市再開発」の過程を指す概念としてその意味が定着した。その都市再開発を主導したのは、世界金融危機以降の文化・芸術・デザイン業界の再編による小規模事業の増加と、2013年6月に制定された「都市再生活性化及び支援に関する特別法」に基づいた行政による「都市再生」事業、そして小規模消費空間の経済的価値に目覚めた資本だった。文化・芸術従事者が小規模事業を展開して賃貸の安い都市空間を若者たちの盛り場につくり上げると、不動産業者や借主、大企業の参加で上昇した賃貸によってそこから追い出される現象が繰り返して起きた（シンヒョンジュン・キムジユン 2015: 231）。文化的資本と経済的資本の間の葛藤と敵対（カンネヒ 2017: 271）が、韓国的欲望の構造が強く結合された、韓国型ジェントリフィケーション（キムスア 2015b: 49）を生んだのである。

2000年代にすでにソウルを代表する消費空間の一つとして浮上した弘大前が2010年代から急速に拡張し、上水洞、延南洞など、「弘大前的なるもの」を受け継いだ盛り場を次々とつくり出した最も大きな原因もジェントリフィケーションだった。弘大前として呼ばれているこの一群の街々は、リストラや厳しい就職状況に立たされていたフリーランサーたちが立ち上げた小規模事業とともに「弘大前的なるもの」が多様化した結果であるが、同時にその過程で経済的資本による賃貸の上昇が促した地理的拡張の産物でもある（ムンヒソク・ソウソク 2018: 111-119）。

このような現象は、2010年代に浮上したほぼすべての盛り場から見られる。狎鴎亭洞の「ロデオ通り」の賃料上昇で生まれた新沙洞の「カロスキル」、梨泰院の「キョンニダンキル（経理団通り）」、景福宮周辺の韓屋村を中心とした北村と西村、乙支路工業エリアの一部空間を生かした「乙支路（ウルチロ）」、製造業の倉庫を改装した「聖水洞（ソンスドン）」、1920年代に建てられた鍾路の韓屋村を改装した「益善洞（イクソンドン）」などが、消費トレンドを主導する場所として次々と浮上し、その一部はすでに資本による賃料の急速な上昇を経験している。このようなジェントリフィケーションの循環は、さまざまな「フロー」を発生させながら、同時に場所に固定

された資源でそれを支配するグローバル都市（マッシー 2014: 186）としてのソウルの構造的変容を表すものでもある。

循環する都市の消費空間は、「ミレニアル世代」とも呼ばれる80年代から90年代半ば生まれの若者世代の文化的特異性と緊密に相互作用しながら形成変容されている。2010年代に浮上したソウルのあらゆる消費空間は、グローバルな流行に敏感な若者たちによって「ヒッププレイス（hip place）」として承認された場所である。「ヒップ」という形容詞は、先端の流行を指す言葉ではあるが、大多数によって共有される最新流行ではなく、少数によって共有される特殊な文化コードとイメージに近い意味とニュアンスを持つ。つまりヒッププレイスは、「見るもの」を選択し、組み立て、意味づけを行う観察者（ケヴィン・リンチ 2007: 8）によって発見された新しい記号とイメージが、SNSをつうじて観察者自身のイメージとともに「ヒップなもの」として「見られる」ことで生まれる。

ヒッププレイスを発見する観察者となる若者が「ヒップさ」を共有する過程は、場所性を占有しながら若者世代としての文化的権力を誇示したり、場所性と自分の文化的アイデンティティをめぐる闘争を行っていた以前の若者世代の文化的実践とは異なるものである。その「場所性」を特別な地位、つまり「ヒップなもの」に引き上げるための「真の徴表」（マキァーネル 2012: 165）はSNS上で「見る・見られる」イメージのみで、街の風景全体に対する強い社会的な欲望が作用することもなければ、その場所の「真正性」を探り出す積極的な行為が行われることもない。若者世代の演出と観察によって「ヒップさ＝現代性」に転換された古い都市空間の風景と感覚に向けられるまなざしは、「大切な誰かとだけで見たい」ひろやかな新しいまなざしの対象を求め続ける「ロマン主義的まなざし」（アーリー・ラーセン 1995: 29-30）に近いもので、それ自体で文化的欲望の差異を表しているのだ。

このようなヒッププレイスの生成と消費過程から見られる若者世代の文化的特異性は、マーケティングの観点からの「ミレニアル世代」の特徴で説明されることが多い。デジタル媒体を基盤とするライフスタイルや積極的情報と検索による消費、個性を重視した非日常的な経験消費（チョユンソル・チョテクヨン 2019: 417-418）などの特徴は、「ニュー（new）」と「レトロ（retro）」の合成語で、経験したことのない過去の文化的感受性を再発見するという意味のいわば「ニュートロ」文化の流行からも顕著に現れる。

しかし同時に、ジェントリフィケーションを含むソウルの消費空間の変容過程から考えれば、ヒッププレイスをめぐる空間消費の形態を、90年代と2000年代の若者とは異なる、経済的不平等のもとで競争と生存に立たされながら世代間と世代内の極端な分裂を経験している若者世代の文化的特異性として把握することもできるだろう。それらの文化的場所をめぐるカルチャーは、たんに極端な対立関係にあるように見える若者世代の文化的位置と社会的位置が、様々な欲望と複雑にせめぎ合いながら生み出した産物でもあるからだ。

文化的観察者としての若者世代の位置は、「政治」の次元においても異なるかたちで表れる。2010年代の若者世代をめぐる多くの言説が共通して指摘してきたのは「脱政治化」だった（キムソンギ 2016: 25）。高い失業率と学費の負担、情緒の不安と閉塞感に追い込まれながら社会的問題よりは個人の生存に没頭する存在として表象されてきたのである（キムホンジュン 2015: 180）。

しかしそのような特異性を、ジェンダー、階層、地域、嗜好などの差異によって分節化された共同体を単位とするより小規模で繊細な「政治」として捉える視点も存在する。たとえば、大きな対立と分裂を生み出した2014年の「セウォル号沈没事故」、2016年の「江南駅女性殺人事件」などの出来事において、若者たちが主導したのはかつてないかたちの政治運動だった。とくにSNS上で表れる個々人の感情と関連場所をつなぐ「付箋追悼」は、光化門（クァンファムン）や江南駅などの都市空間の風景を変えると同時に、事件をめぐる認識とまなざしを大きく転換させる政治的動きだった。「社会災難資本主義」とも言われるほどの深刻な格差と不平等の最も大きな被害者ともいわれている若者世代が、他の被害者に繊細に共感

することで生まれたその「メディア文化政治」（チョンウォンオク 2016: 159-165）は、若者世代の文化的位置と社会的位置が同時に作用したきわめて政治的な現象なのである。

些細な日常と個人的な関心事に光を当てながら、前の世代とは異なる方法で諸問題に挑むそのような「新しい政治」（チョソンリョン 2009: 269）は、ヒッププレイスの生産・消費形態からも可視化される。もはや「占有」「闘争」すること自体が不可能な、資本によって占領された領土の中を観察し続け、観察者としてのアイデンティティを共有し、互いに共感する行為は、「自分を対象化し、その状態を問うことから始める自己政治」（チョンウォンオク 2016: 167）であり、時代と空間から追い出されない「現代性をめぐるまなざし」を自らつくり出す文化実践でもある。

こうした2010年の若者世代が持つ文化的特異性は、K-POPや映画、テレビドラマ、ウェブトゥーン、小説などの大衆文化を通じて顕著に表れ、文化産業やソウルの消費空間、文化ナショナリズム、そして大衆意識の諸構造を変容させている。とくに、グローバル・ファンダムが主導した「BTS現象」からもわかるように、その文化的特異性はナショナルな次元を超え、グローバルな次元で共有されている。「大きな物語」を求めない自己政治が生み出した、過去の若者世代が経験したことのない「大きな共感」が、若者文化はもちろん、韓国のメディア・大衆文化全般の新たな方向性を示しているのである。

おわりに

本稿では、90年代以降の歴史的文脈の中で「場所」と「若者」のアイデンティティが交錯した都市空間の諸経験を通じて、若者世代の文化的位置の変化を探り、その意味について考えた。

もちろん、「文化占有者」「文化闘争者」「文化観察者」といった規定が、各時代の若者文化全体を示すことはできない。90年代の狎鷗亭洞には「江南」で象徴される階層の次元が若者世代の内側においても強く作用していたし、2000年代の弘大前には、大学街という特殊性をめぐるまなざしが向けられていた。2010年代のヒッププレイスからは、「韓国型ネット右翼」ともいえる排外主義集団の存在は見えてこない。

このような明確な限界を抱えながらも本稿が試みたのは、グローバル都市と化したソウルの消費空間をめぐる欲望とまなざしを歴史的文脈とともに検討することで、これまで単なる差異と分裂として見えてきた世代文化のあり方を、韓国社会の社会的特異性と文化的特異性を貫く「感情の構造」の中で把握することだった。「文化占有者」「文化闘争者」「文化観察者」といった文化的位置をめぐる欲望とまなざし、戦略を通じて、様々な「分節化」が生じ続ける内的プロセスと外部との相互作用とともに変容した韓国社会の「現代性」と、それを生み出したそれぞれの時代における若者世代の文化的役割に光を当てたかったのである。

本稿が提示したかったもう一つの方向性は、世代文化から見えるそのような「現代性」をナショナルな文脈だけではなく、ローカルとグローバルが相互作用する諸次元で検討することであった。2010年代の韓国社会の文脈における様々な「分節化」とともに生まれた小さな自己政治が文化を通じてグローバルな次元における大きな共感の政治につながってきた様々な事例は、グローバルに作用する新しい「主体」の文化的位置について模索する可能性を示しているからだ。

〈参考文献〉

（日本語文献）

ウィリアムズ，レイモンド　2002.『完訳キーワード事典』（椎名美智・武田ちあき・越智博美・松井優子訳、原書は1976年刊行）、平凡社。

金成玟　2017.「戦後ソウルと日本人旅行者」『東アジア観光学―まなざし・場所・集団』（金成玟・岡本亮輔・周倩編）亜紀書房、2017。

金成玟　2018.『K-POP新感覚のメディア』岩波新書。

金成玟　2020.「ソウルの夢　グローバル都市をあるく第一回江南Ⅰ『K的なもの』の発祥地」『世界』2020年9月号、岩波書店、126-131ページ。

サッセン，サスキア　2008.『グローバル・シティ―ニューヨーク・ロンドン・東京から世界を読む』（伊豫谷登士翁・大井由紀・高橋華生子訳、原書は2001年刊行）、筑摩書房。

マキァーネル，ディーン　2012.『ザ・ツーリスト―高

度近代社会の構造分析』（安村克己・須藤廣・高橋雄一郎・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟訳、原書は1999年刊行）、学文社。
吉見俊哉　2008.『都市のドラマトゥルギー　東京・盛り場の社会史』河出書房新社。
ラーセン，ジョン・アーリ・ヨーナス　1995.『観光のまなざし―現代社会におけるレジャーと旅行』（加太宏邦訳、原書は2011年に刊行）、法政大学出版局。
リンチ，ケヴィン　2007.『都市のイメージ』（丹下健三・富田玲子訳、原書は1960年刊行）岩波書店。

（韓国語文献）

강내희［カンネヒ］ 1992.「압구정동의 ‘문제설정’：한국자본주의의 욕망구조」『압구정동：유토피아　디스토피아』현실문화정치，pp. 13-31.
강내희［カンネヒ］ 2017.「공간의 금융화와 서울의 젠트리피케이션：문화정치경제적 분석」『IDI 도시 연구』(12)，pp. 251-288.
강정석［カンジョンソク］ 2017.「87년 체제의 사회문화적 풍경들」『진보평론』72，pp. 107-149.
고동연［コドンヨン］ 2017.「홍대 앞 2세대 대안공간과 대안공간의 확장」『현대미술학 논문집』21(1)，pp. 7-51.
김미영［キムミヨン］ 2016.「호텔과 강남의 탄생」『서울학연구』62，pp. 1-26.
김범식・장윤희［キムボンシク・ジャンユンヒ］ 2020.「서울시 니트의 특성 분석：성별 비교 분석」『서울도시연구』21-1호，pp. 111-128.
김선기［キムソンギ］ 2016.「청년세대 구성의 문화정치학」『언론과 사회』24(1)，pp. 5-68.
김수아［キムスア］ 2015a.「홍대 공간의 문화적 의미 변화」『미디어, 젠더 & 문화』30(4)，pp. 83-123.
김수아［キムスア］ 2015b.「신개발주의와 젠트리피케이션」『황해문화』86，pp. 43-59.
김홍중［キムホンジュン］ 2015.「서바이벌, 생존주의, 그리고 청년 세대」『한국사회학』49(1)，pp. 179-212.
김예란［キムイェラン］ 2007.「1990년대 이후 한국사회의 문화생산 공간과 실천에 관한 연구」『언론 과 사회』15(1)，pp. 2-40.
김창남［キムチャンナム］ 1995.「서태지신드롬과 신세대문화」『저널리즘 비평』17，pp. 46-49.
문희라・서우석［ムンヒソク・ソウソク］ 2018.「을지로와 홍대앞 디자인산업 클러스터 비교 연구」『문화경제연구』21(3)，pp. 89-124.
배은경［ペウンギョン］ 2015.「청년 세대 담론의 젠더화를 위한 시론」『젠더와 문화』8-1，pp. 7-41.
신광영［シングァンヨン］ 2009.「세대, 계급과 불평등」『경제와사회』，pp. 35-60.
우석훈・박권일［ウソックン・パククォニル］（2007）88만원세대，레디앙.
신현준・김지윤［シンヒョンジュン・キムジユン］ 2015.「서울의 젠트리피케이션과 도시 재생 혹은 개발주의 이후 도시 공간의 모순과 경합」『사이間 SAI』19-0，pp. 221-246.
심광현［シムグァンヒョン］ 2010.「세대의 정치학과 한국현대사의 재해석」『문화과학』，62，pp. 17-71.
오제연［オジェヨン］ 2015.「1976년 경기고등학교 이전과 강남 8학군의 탄생」『역사비평』，pp. 198-233.
원용진［ウォンヨンジン］ 2004.「한국 문화연구의 지형」『문화과학』38，pp. 138-153.
이재원［イジェウォン］ 2010.「時代遺憾，1996년 그들이 세상을 지배했을 때－신세대, 서태지, X세대」『문화과학』62，pp. 92-112.
이동연［イドンヨン］ 2004.「공간의 역설과 진화：홍대에서 배우기」『문화과학』39，pp. 180-193.
이민희［イミンヒ］ 2013.「홍대 ‘가장자리’의 음악과 정치」『플랫폼』，pp. 30-34.
이무용［イムヨン］ 2005.「홍대지역 클럽문화, 그 곳에 담긴 욕망과 생성의 문화정치」『대한지리학회 학술대회논문집』，pp. 18-19.
이재경［イジェギョン］ 2018.「세대갈등의 양상, 원인, 대안 모색」『경제와사회』，pp. 18-48.
정원옥［チョンウォンオク］ 2016.「재난 시대, 청년 세대의 문화정치」『문화과학』88, pp. 157-175.
조귀동［チョギドン］2020.『세습 중산층 사회-90년대생이 경험하는 불평등은 어떻게 다른가』생각의힘.
조선령［チョソンリョン］ 2009.「환상과 더불어 살기：88만원 세대의 새로운 정치학」『문화과학』59，pp. 255-269.
조윤설・조택연［チョユンソル・チョテクヨン］ 2019.「밀레니얼 세대의 공간 소비에서 나타난 특징 분석」『한국디자인문화학회지』25(1)，pp. 413-429.
조성남・박숙미［チョソンナム・パクスクミ］ 2002.「한국의 세대관련 연구에 나타난 세대개념의 구분과 세대갈등을 이해하는 방법에 관한 일 고찰」『사회과학연구논총』9，pp. 39-68.
조혜정［チョ・ヘジョン］ 1992.「압구정 ‘공간’을 바라보는 시선들：문화정치적 실천을 위하여」『압구정동：유토피아　디스토피아』현실문화정치，pp. 35-59.
한국통계청［韓国統計庁］ 2019.『한국의 사회동향 2019』.