

オンラインマンガにおける「現地化」

——日本に翻訳される韓国マンガを事例として——

東京大学 金イエジ

1 目的

今日、日本のマンガ市場でオンラインマンガが活性化されたことを背景に、日本と韓国の間ではこれまでになかった、活発なマンガ交流が展開されている。注目すべきことは、韓国のオンラインマンガが日本市場に翻訳される時、ほとんどが日本の事情に合わせ「現地化」されるということである。「現地化」とは、文化の差異がテキストへの共感を妨げることを削減するために、表現や様式を「日本化」する作業である。重要なことは、「現地化」が行われる時、韓国的な表現を消去する作業が同時に行われることである。韓国文化の完全な消去を特徴とするこのような作業は、日本と韓国のマンガ交流が最も活発に展開されている今日のオンラインマンガ場において目立つものであり、紙面マンガにおいてはあまりみられない。そこで本研究は、漫画場において「現地化」が行われる方式、それを促す動因、「現地化」の社会的意味について考察する。

2 方法

本研究は二通りの方法から以上の問題に接近する。最初に、日本に紹介された韓国マンガの「現地化」方式の変遷を追跡する。具体的には、1980年代から2010年代現在までの韓国マンガの「現地化」の歴史を第1期から第3期に区別したうえでその変遷を追跡する。次に、デジタルマンガ時代に突入した現在、日本に紹介される韓国のオンラインマンガに焦点を当て、韓国のオンラインマンガが日本で「現地化」されている方式、その特徴、以前との差異などを詳しく扱う。

3 結果

分析の結果、第1期から第3期にかけて、「現地化」の方式にそれぞれ特徴的な変化がみられた。本研究が注目する第3期、すなわちオンラインマンガでは以前とは全く異なる形で韓国マンガの「現地化」が行われている。主人公は日本人となり、名前も日本名に変えられる。小物・背景もすべて日本のものに描き直される。さらに、文字は縦書きに、ストーリーは右から左へと進むように絵を反転させ、テキストの読み方も変換され配信されている。日本のマンガ市場に進出するために行われるこのような変換作業は、以前までになかった、オンラインマンガ場でしかみられない独特な現象である。

4 結論

韓国と日本のマンガは40年に渡り交流を展開してきた。その中で関係の再定立も行われている。紙面マンガでは日本から韓国へと「一方的」に交流が行われていたが、オンラインマンガでは「双方向的な」交流へと転換されているのだ。しかし、「現地化」を伴う今日のオンラインマンガの交流は紙面マンガよりもいっそう閉鎖的になりつつあるように見える。交流を通じて異文化への理解が深まるのではなく、異文化が削除され、あたかも日本マンガであるかのように扱われているのだ。これは、「現地化」が単純に日本の読者に便宜を提供する道具的手段以上の意味を持つことをあらわすものであり、マンガ場と場の間における交流により、新しいマンガ形式が既存の場に参入する際に生じる衝突に関わる現象であると考えられる。