

「ドイツ」の漫画はあるのか？ーグローバル化とローカル化ー
Gibt es “deutsche” Comics? – Globalisierung und Lokalisierung

窪 俊一(東北大学大学院情報科学研究科)

東北大学の窪です。

お話に入る前にまず3枚の絵を見ていただきたいと思います。

大手町のパソナの本社ビル 1F で4月から、日本漫画家協会主催で「地震被災者を元気づける漫画」展が開催されています。この3枚は、その中の3作品です。この3枚の絵を比較すると、ちばてつやはキャラクターをただ並べているのに対して、所ゆきよしと西田淑子は、作品を1枚の絵として「構成」してメッセージを表現しています。ちばてつやと他の2枚との違いは、いわゆるストーリーマンガとひとこまマンガとの違いです。ストーリーマンガでは、キャラクターが複数のコマにわたって動くことによって初めて作品として成立しますが、ひとこまマンガは、ひとこまの中で完結しています。コミックには、カリカチュアなどに代表されるひとこまマンガとストーリーマンガの2種類があり、国によってどちらが主流か別れます。ドイツではひとこまマンガが広く認知されているのに対して、日本ではストーリーマンガが主流であり、ひとこまマンガはしばしばマンガと見なされていません。

ベルントさんは日本のマンガにおけるドイツのイメージについてお話しされましたが、僕は日本のマンガと少し比較しながら、ドイツのコミック文化の特徴についてお話ししたいと思います。

コミックというとアメリカを思い浮かべられるかも知れませんが、ドイツのコミックは、19世紀にはアメリカでよく知られていました。第二次世界大戦後は、逆にアメリカのコミックがドイツに押し寄せ、1990年代からは日本のマンガが押し寄せてくるという風に、グローバル化しています。そのような状況下でのドイツのコミックについて少しお話ししたいと思います。

日本とドイツとのコミックによる関係は明治時代にさかのぼります。既に1887年、明治20年にウィルヘルム・ブッシュ(Wilhelm Busch)の「Wanpaku monogatari」(マックスとモーリッツ Max und Moritz)が出版されています。多分、これは、一コママンガを除き、日本で出版された最初の外国のコミックの一つではないかと思います。ちょうど西洋文明を吸収するためにローマ字の普及がはかられていた頃です。訳したのは、渋谷新次郎と小柳津要人で、小柳津は後の丸善の社長です。推測ですが、「マックスとモーリッツ」はアメリカ経由で入ってきたものと思われる。

日本のマンガが逆にドイツで出版されたのは1982年の「はだしのゲン」が最初だと思います。これはアメリカで出版された英語版からのドイツ語訳です。1982年というのは中距離ミサイル配備を巡って、ソビエトとNATOとの厳しい対立があり、ちょうど僕がドイツにいた頃で、ドイツ全土で大規模なデモが行われて、平和運動が高まりを見せた頃です。

このような時代背景を考えると、「はだしのゲン」は政治的な本として読まれたのであり、必ずしもコミックあるいはマンガとして受容されたわけではないことは明らかだと思います。「マックスとモーリッツ」についても、ドイツのコミックとして認識されてはいなかったと思います。

1990年代以降、日本のマンガがアジア、アメリカおよびヨーロッパで多くの読者を獲得して、ブームと言えるまでになっていることはよく知られています。2001年にベルリンで「日本マンガ展」が開催されましたが、メディアでの扱われ方や批評を見ると、企画した夏目房之介さんは「今」の日

本マンガを紹介しようとしたのに対して、ドイツの読者はテレビで見ているよく知られたマンガを期待しており、両者の意図と期待が必ずしも一致していないことが分かります。つまり、ドイツの読者は、アニメで見ている「ドラゴンボール」や「セーラームーン」をまず日本のマンガとして認識しているのですが、夏目さんは印刷された「マンガ」を紹介しようとしていたのです。

このマンガブームは1990年代から今も続いています。コスプレは、ドイツでも書籍見本市や日本関係のイベントの定番になっています。特にドイツでは女性読者の割合が高く、少女マンガがアメリカやフランスと比べて読まれていることが特徴的です。

JETRO(日本貿易振興機構)の2007年の市場調査で、ドイツのメディア市場調査会社 Media Control の調査結果が引用されていますが、それによると、2007年のドイツの国内書籍売上高の分野別シェアで、文学小説が49,9%でトップ、次いでサスペンス小説25,6%、SF・ファンタジー7,18%、コミック6,11%となっています。ちなみにフランスでは、約7%がコミックです。ちなみに日本では23%がマンガです。このドイツの6%のコミックには日本のマンガも含まれています。

また出版業界専門誌の「ブックレポート」(buchreport)誌によると、2007年のコミック販売上位の10タイトルのうち6つが日本のマンガでした。

マンガ出版社トーキョーポップ(Tokyopop)のヨアヒム・カプス(Joachim Kaps)氏は、2008年にドイツで販売されたコミックの90%はマンガであり、ドイツのコミック売り上げの約8割はマンガによるものだと推測しています。ちなみにフランスの場合、コミックの約3割から4割がマンガだと言われています。ドイツのコミック文化を問題とする場合、この9割を占める外国のコミックを無視するわけにはいきません。

僕は大学でドイツ語も教えているのですが、ドイツのコミックのことを時々聞かれたりします。正直言って、返答に困ります。

そもそも「ドイツ」とは何を意味するのでしょうか? 「ドイツ語」で描かれているからといってドイツという国を指すものではありません。「ドイツ人による」としても、フランス語圏やアメリカ、あるいは日本を活動の場としている漫画家もいますし、逆に、少女マンガを描いている韓国系のユードイット・パーク(Judith Park)など、ドイツで創作活動を行っている外国系の漫画家もたくさんいます。また、「ドイツという地理的空間」で読まれているコミックを問題にするのであれば、ほとんどのコミックは外国のものと言えます。また、ドイツのコミックについて語る場合、文学のように、ドイツのコミック界を代表させることのできるような、これぞという漫画家も見あたりません。

また、日本マンガがブームだと言っても、それはアニメなのか、アニメでもテレビで見たのか、ビデオなのか、インターネットで見たのかと様々な方法があります。印刷されたマンガを読んだとしても、ドイツ語で読むとは限りません。日本語で読む人もいますし、英語で読む人もいます。インターネットで読む人もいます。昔のように、翻訳されて初めて他国の文化が受容されるのとは違い、現在はコミックやマンガへの入り口は一つではなく、多様です。

1996年は「コミック生誕100周年」の年でした。それを記念する事典が出版され、展覧会が開催されました。しかし、その中にドイツ語圏の漫画家の名前はあまり見あたりませんし、あったとしてもとても少ないです。

また、2004年に出版されたアンドレアス・クニッゲ(Andreas Knigge)の「コミックの古典50」(50 Klassiker Comics)で選ばれている50人の漫画家のうち、ドイツ人と言えるのはW.Busch(マックスとモーリッツ Max und Moritz)、e.o.plauen(おとうさんとぼく Vater und Sohn)、Manfred Schmidt

(ニック・クナッタートン Nick Knatterton)の3名だけです。3名とも戦前の世代です。ちなみに、日本人は、手塚治虫、中沢啓治、大友克洋の3名が入っています。

1980年代にフランスの批評家が、「いろいろドイツのコミック(Deutsche Comics)はあるが、これぞドイツのコミック(der deutsche Comic)と言えるものはない」と言っています。また、別の批評家は、「ドイツはコミックに関しては発展途上国である」とも言っているのは、このように外国のマンガが多く、ドイツのマンガがないという事情を反映していると思います。

本来ならドイツのコミックについてお話しする場合、現在その9割を占める外国産のコミック、とりわけ日本のマンガについてお話しすべきかも知れませんが、今日は、あえて残りの1割の国産のコミックについてまずお話ししたいと思います。その前に簡単にドイツのコミック史を概観したいと思います。

ドイツにはそもそも絵物語(Bildergeschichte)の豊かな伝統がありました。

19世紀には「フリーゲンデ・ブレッター」(Fliegende Blätter 1845-1944)や「ミュンヘナー・ビルダーボーゲン」(Münchener Bilderbogen 1848-1905)などの風刺や絵物語のマガジンがあり、アメリカでもよく知られていました。

ユーモアやWitzなどの言葉で表現されるW.ブッシュ(W. Busch)の絵物語は、この絵物語の伝統なくしては考えられません。このコミックの伝統は、その後、アメリカで「カツエンジャマー・キッズ」(The Katzenjammer Kids 1897)を描いたドイツ出身のルドルフ・ダークス(Rudolph Dirks)などによって発展をとげることになります。他にも同じ時期にアメリカで活躍したライオネル・ファイニンガー(Lyonel Feininger/「キンダー・キッズ」The Kinder-Kids 1906)もドイツ出身の漫画家です。

この絵物語(Bildergeschichte)は、日本のマンガにも影響を与えています。1905年に出版が開始された明治から大正にかけての漫画雑誌に「東京パック」があります。これはアメリカの「パック」(Puck 1871-1918)という雑誌に影響されたものですが、この「パック」はもともとドイツの雑誌です。「東京パック」を出した漫画家の北沢楽天(1876-1955)は、アメリカ経由で「フリーゲンデ・ブレッター」や「ミュンヘナー・ビルダーボーゲン」を知っていました。また、ドイツの有名な風刺雑誌に「シンプリチシムス」(Simplicissimus 1896-1944)がありますが、この雑誌も例えば岡本太郎の父である漫画家の岡本一平(1886-1948)に影響を与えたと言われています。

このような大人のための漫画雑誌は、日本にも、「文春漫画読本」(1954-1970)のように1970年頃まではありました。

1920年代、30年代は世界的にコミック産業の成立期にあたります。この時期はドイツではナチズムの時期と重なり、新しいコミックが描かれることはありませんでした。戦前のもので唯一ポピュラーになったものを挙げるとすれば、e.o.plauenの『お父さんとぼく』(Vater und Sohn 1934)くらいでしょう。この「おとうさんとぼく」も、伝統的なドイツのコミックと言えるものです。ちなみに、この「おとうさんとぼく」は、1985年に岩波少年文庫で出版されましたが、数少ない日本で出版されたドイツのコミックです。

戦後になって、ドイツにはアメリカやイタリアから大量にコミックが流入してきました。当時の疲弊したドイツのコミック市場では、外国のマンガを翻訳出版するか、外国のコミックの模倣することしかなかったと思われます。ハンスルーディ・ヴェッシャー(Hansrudi Wäscher)やロルフ・カウカ(Rolf Kauka)などの漫画家が外国のコミックをローカライズした代表者です。この時期、コミックは大衆文化として認められ、根付くことはありませんでした。

この状況が変わるのは、1960年代末のカウンターカルチャー、アンダーグラウンド・カルチャーの時期です。昨日報告のありました学生叛乱(Studentenrevolution)の時期です。

学生層を中心として、大衆文化に対する肯定的態度が生まれ、かつての風刺とユーモア(satirisch-humoristisch)のコミックの伝統につながる、後に「新フランクフルト学派」(Neue Frankfurter Schule)とも呼ばれる漫画家とその周辺の漫画家が台頭するようになります。彼らは、風刺雑誌を発表の舞台とし、大真面目に政治を論じるのではなく、幅広いテーマをバナーな日常を通して表現しました。彼らに共通するのは風刺・ユーモアですが、その「啓蒙性」も挙げる事が出来ます。

その後、1990年代になって、ある批評家が、「ドイツでは〈真面目な〉コミックではもはややっていけない。ブレーゼル(Brösel)、ラルフ・ケーニヒ(Ralf König)、ワルター・メーアス(Walter Moers)のように楽しいものを描くことができなければ駄目だ」と言っていますが、この〈真面目な〉ドイツのコミックというのは、いわゆる「教育的啓蒙的」コミックを指しているのだと思います。

90%以上が外国のコミックで占められている現在のドイツのコミック文化は、ある意味十分「グローバル化」しています。しかしながら、その残りの10%はいわゆるドイツのコミックと言えるものです。ドイツのコミック文化がグローバル化するという事は、1)外国の作品に対して市場が開かれているだけでなく、2)ドイツのコミックが外国へも輸出される、ことをも意味します。つまり、外国でも勝負が出来るし、国内でも生き残っているコミックがあることなども意味しています。従って、90%の外国産にも関わらず読まれている10%の国産がどういう分野の、どういうコミックであり、なぜ生き残っているのかを問うことはドイツの大衆文化を考える上で意味のあることだと思われま

まず一つ目として、国内で生き残ったコミックは、何らかの特色があったからこそ生き残っていると思います。日本の場合であれば、漢字という文字や読み方の違い、リテラシーの違いという障害は、戦後の外国のコミックの流入に対しての大きな防波堤になったと思われませんが、ドイツの場合、外国のコミックを輸入するにあたってのそのような半ば物理的な障害はありませんでした。しかし、その国の土地や言葉に依存するジャンルもあります。ここではまず風刺雑誌を舞台に活躍し、日常生活を通して政治・社会を描いた漫画家たちを挙げる事が出来ます。世界共通の「ユーモア」という言語で表現する道もありますが、風刺性が強ければ強いほど、それが描かれている国、土地、言葉に依存せざるを得ません。

あるいは、表現手段として「方言」という非常にローカルな要素を使うことも同様です。「ヴェルナー」(Werner)で現在でも人気を博しているブレーゼル(Brösel)がその代表でしょう。このような文化的特殊性に根ざした表現は外国語に翻訳することは非常に難しいと言えます。また、ストーリーマンガ一辺倒となっている日本と違い、ドイツではカリカチュアのようなひとこま漫画がコミックの一分野として認知されていますので、そう簡単に別のものに置き換える事は出来ません。

二つ目に、外国のコミックに勝てるもの、つまり輸出できるコミックとして、その特殊なテーマ性に根差した表現を挙げる事が出来ます。例えば、ホモセクシュアルをユーモラスに描く漫画家にラルフ・ケーニヒ(Ralf König)がいます。彼のコミックは、英語やフランス語にほとんど翻訳されています。僕の大好きな漫画家です。

あるいは、フェミニズム・コミックの第一人者であり、男女の関係をユーモラスに描くフランシスカ・ベッカー(Franziska Becker)なども挙げられます。

彼らは、ドイツという文化的背景に根ざしたものでありながら、このようなテーマをコミックとして表現することによって他の追随を許さないものとなっています。

三つ目のものとして、同じ土俵で闘って外国のコミックに勝てるものがあると思います。ドイツ語圏ではなく、フランス語圏で評価され、逆輸入された漫画家たちがいます。マティアス・シュルトハイス(Matthias Schutheiss)やオーストリアのクリス・ショイアー(Chris Scheuer)などがそうですし、現代のコミックの美術的側面を重視する前衛的漫画家たちもこの領域で挙げることが出来ます。隣接する芸術分野である「美術」(Kunst)に近いものとして受容され、評価されています。この前衛漫画家たち(Avantgarde)は大学で芸術(Kunst)を専攻した者が多いこともドイツ的なコミック文化の特徴だと思います。

四つ目としては、外国のコミックに勝てないけれども生き残れるものがあります。これは外国のコミックをローカライズして描くハンスルーディ・ヴェッシャー(Hansrudi Wäscher) やロルフ・カウカ(Rolf Kauka)のような漫画家たちのコミックです。

他にも、日本のマンガスタイルでマンガを描くユードイット・パーク(Judith Park)やクリスティーナ・プラカ(Christina Plaka)、最近、チェルノブイリの原発事故を扱った「見えない雲」をマンガ化したアニケ・ハーゲ(Anike Hage)などのような少女漫画家も挙げることが出来るでしょう。

上記の4つのものに共通しているものを挙げることは難しいのですが、ドイツのコミックの伝統とも言える風刺とユーモアは、ドイツのコミックが、今日においても、生き延びるための重要な要素の一つだと言えます。また、前衛的作品が評価されることや、読者層も子供というよりは大人が多いのもドイツのコミック文化の特徴です。

ドイツにおけるコミック研究において、コミックは、一般的に、「青少年向け」の文化として研究され、一過性の、低俗な文化としてとらえる傾向が強かったと言えます。だからこそ、その大衆的娯楽の対極にあるものとして、教育的、風刺的、啓蒙的そして前衛的コミックがドイツで高く評価されたと言えます。しかしながら、このドイツのコミック文化の教育的、風刺的、啓蒙的、前衛的特徴を殊更に強調することは、90%が外国のコミックであり、それが多くの青少年に支持され、受容されているという現実を無視することにもなります。この90%と10%の違いは、同時に、読者層の違いでもあるのですが、需要が潜在的にあったにも関わらず、それを満たすものがなかったコミックマーケットの穴を外国のコミック、とりわけ日本のマンガが埋めたと言えます。

あるアンケート調査で、ドイツの6歳から13歳までの子どもたちの47%が「最低で週に一度はマンガを読む」と答えています。

また、Sailor Moonについて、「少女が初めて自分たちのメディアとしてのコミックを発見したのだ」と、あるベルリンの雑誌は書いています。

ドイツのマンガの読者は、大体10歳から25歳くらいまでの青少年です。同じ調査によると、読者のマンガの好みも日本の読者と似ています。男の子がActionを好むのに対して、女の子は、ロマチック、恋愛(Romantik/Liebe)や少年愛(Shonen Ai)を好きなジャンルとして挙げています。少年愛とは、BL(ボーイズラブ)系のマンガを指すのですが、ドイツは、少女マンガと並んでBLがよく読まれています。

また、なぜマンガが好きなのかという問いに対しては、日本への関心の他に、マンガスタイル (Zeichenstil)、面白い物語 (Gute Geschichten/Abwechslungsreiche Stories) を挙げています。

これらの回答からうかがえることは、彼ら・彼女らの読者層に向けた、このような内容のコミックがドイツにあまりなかったという事実を物語っているのではないのでしょうか。だからこそ、日本のマンガがどうしても受け入れられたと言えます。

また、ドイツの前衛漫画家たちが大学で芸術を専攻しているのとは対照的に、ドイツでマンガを描く漫画家たちは、日本で同人誌やマンガ雑誌から漫画家が育っているように、アマチュア漫画家として描き始める者が多く、コミックと読者との関係が従来のコミックと全く違うという点も、若い読者に支持されている理由ではないかと思えます。

しかし、現在、日本も含めて、欧米のコミックマーケットはもはやかつてのように拡大する傾向にはなく、逆に縮小する傾向にあります。一方、若者の娯楽メディアは年々多様化しています。消費文化を享受し、楽しさを求める若者の欲求は世界共通です。また、電子書籍 (eBook) の登場により印刷メディアとしてのコミックは大きな影響を受けると考えられます。このような状況で、今の子ども世代、若者世代が大人になるドイツのコミック文化の 10 年後、20 年後を考える時、印刷メディアと共に発展してきたコミックは、大きくその姿を変えているものと考えられます。また、国境はますます見えないものとなっているとは思いますが、他方、現在のフランスとドイツにおける日本のマンガの受容のされ方の違いにも見られるような、地域による差異というものもなくなってしまうのか興味のあるところです。

最後に補足として申し上げたいことは、戦後のコミック文化の独自性は、いかにして外国、とりわけコミック産業が成立していたアメリカの影響を排除するかということにかかっていたと思えます。戦後、フランスは「青少年保護法」などでアメリカのコミックを排除しようとしましたし、旧東ドイツはコミックを排除し、独自の「絵物語」(Bildergeschichte) を作りました。それに対して、旧西ドイツは、そういう制限を設けなかったことが現在のコミック文化を作っていると思えます。