

# 7

## ベトナムの若者文化 漫画を中心に ファム・ホアン・フン

### 1. 若者文化の関連概念

最近、ベトナムでは「若者文化」という言葉が文化所管機関の正式な文書をはじめ、研究書やマスメディアなどによってよく使われるようになった。筆者はこの数年間、大学で「日本の若者文化論」という科目を教えるなかで、よく同僚や学生達に「かわいいとは何か」、「どうしてその文化がアジア諸国だけでなく欧米の青年たちにも流行っているのか」と聞かれる。『オックスフォード・オンライン辞書』に「かわいい」は「形容詞：(日本の大衆文化の文脈では)キュート」<sup>1</sup>と解説されている。本章ではこの「かわいい」に特徴づけられる近年の若者文化をその概念と特性、そしてハノイ市における関連調査を通して考察し、その流行やグローバルな文化交流における役割について言及する。

まず「若者文化」に関する呼び方を調べてみると、英語でも「popular culture」や「pop culture」、「mass culture」、「subculture」などさまざまである。日本語では「ポップカルチャー」や「サブカルチャー」といった名称がよく使われているが、「大衆文化」と呼ぶことが相変わらず一般的であるよ

---

1 <http://oxforddictionaries.com/definition/kawaii?q=kawaii>: “Adjective: (in the context of Japanese popular culture) cute.” (最終確認 2014 年 2 月 24 日)

うだ。これらの用語がどれくらいの頻度で使われているかの検索結果は表1の通りである。

表1が示すように、pop cultureの使用頻度がトップである。『オックスフォード・オンライン辞書』によると、「pop culture」とは「マスメディアに媒介され、主に若者をターゲットとする現代大衆文化」を指すという。経済面も指摘されるが<sup>2</sup>、大勢の人々を対象とした量の文化であるという意味が中心に据えられている。近代化とともに生まれてきたこの「大衆文化」は、国民国家の形成と識字率の上昇、マスメディアといった三つの基本的な要素と密接に結びついていることは言うまでもないだろう。ところが、この数十年、映画、ポップミュージック、インターネット、ゲーム、漫画、アニメなどとの関係から「若者文化」という概念も注目されるよう

表1 若者文化に関連する用語（グーグルサーチ検索結果）

	専門用語	結果(件)
1	Popular culture	2.000.000.000
2	Pop culture	501.000.000.000
3	Mass culture	312.000.000.000
4	Visual culture	216.000.000
5	Contemporary culture	117.000.000
6	Youth culture	243.000.000
7	Young culture	1.470.000.000
8	ポップカルチャー	2.400.000
9	サブカルチャ	1.330.000
10	サブカル	3.340.000
11	大衆文化	2.390.000
12	若者文化	6.250.000
13	Văn hóa đại chúng (大衆文化)	7.400.000
14	Văn hóa giới trẻ (若者文化)	25.100.000

になった。その若者文化を誕生させたのがインターネットとパソコンの普及である。日本とアメリカはその分野で先行しているが、韓国と中国、東南アジア諸国などでも重要になってきている。9.11事件以後のアメリカや、不況に直面

2 <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/pop-culture?q=pop+culture>: “modern popular culture transmitted via the mass media and aimed particularly at younger people: fashion, music, and the iconography of pop culture offered the perfect medium for profit”. (最終確認 s2014年2月24日)

し続けている日本は、「若者文化」をもって、まず自国の若者たちの信頼感を取り戻そうとしてきたが、海外向けの外交文化政策をもレベルアップしたのである<sup>3</sup>。

世界的に最も影響力のある若者文化としては、映画と音楽、ゲーム、ソーシャルネットワークというアメリカのポップカルチャーに由来するジャンルがまず挙げられるが、次にドラマ、K-POP、ゲームなどの韓国の「三大権威」と、漫画、アニメ、ビデオゲームといった日本の「三種の神器」が想起されるだろう。これらの若者文化は視覚を重視する娯楽である点が共通しており、「視覚文化」という名の元でも研究される。

いずれにせよ、若者文化は都市の青少年を対象にし、視覚的な娯楽（漫画、アニメ、コスプレなど）を現代的なメディアへと広げていく文化である。そして青少年はその対象者だけではなく、その創造者でもある。

## 2. ベトナムにおける若者文化

### 2.1. 若者の人口

若者文化の対象年齢を見ると、大抵6歳～30歳であるが、年齢に沿った5つのグループに分けることができる<sup>4</sup>。それは、入門段階である小学生グループ(6～11歳)、自己主張をもって娯楽を選択する中学生グループ(11～15歳)、人格形成期の高校生グループ(15～18歳)、人格確定期の大学生グループ(18～22歳)と、出世をめざす社会人グループ(22～30歳)である。ベトナムではこの対象年齢に当たる若者の割合が多いため(図1)<sup>5</sup>、特に若者文化のポテンシャルが注目されている。実際、ベトナムの若者たちの中で、日本特有の若者文化に関心を持つ人が数多くいる。例えば『ドラえもん』や『ドラゴンボール』、『美少女戦士セーラームーン』な

3 2006年日本外務省の若者文化政策。http://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/shingikai/koryu/h18\_sokai/05hokoku.html (最終確認 2014年2月24日)

4 キムドン出版社のサイトによると、このような年齢別で本・漫画などを刊行している。http://www.nxbkimdong.com.vn/ (最終確認 2014年2月24日)

5 1999年と2009年のベトナム人口ピラミッドの変化(ベトナム統計総局 http://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217 (最終確認 2014年2月24日))

どに夢中になる学生が増えている。

## 2.2. ベトナムにおける日本漫画

ベトナムは1986年以降、刷新政策とともに経済改革を行い、集中計画経済体制から市場経済並みの体制へと移行し、文化と社会の側面においても「解放」のスローガンが提唱されはじめた。それを背景に、1992年にキムドン (Kim Dong) 出版社から『ドラえもん』のベトナム語訳が刊行されたことによって、ベトナムにおける若者文化のブームが訪れたのである。ベトナムの青少年はその新しい娯楽である漫画に、以前の教育用絵本<sup>6</sup>とは異なる魅力を感じ、歓迎するようになった。また、『ドラえもん』がベトナムで刊行されたことで漫画という概念も普及したのである。それに引き続き『ドラゴンボール』、『美少女戦士セーラームーン』、『おれは鉄兵』などが続々と出版されていった。そしてそれとともに漫画内ジャンルに対する認識も高まった。『ドラゴンボール』の発売日に本屋で本を買ったり、立ち読みしたりする読者はほとんど男子ばかりだったのに対し、『美少女戦士セーラームーン』の発売日には本屋にはほとんど女子ばかりとなっていた。それまでは「絵本」の対象が子供であると思われていたが、漫画によって、青年までがその読者層として新しく認識されるようになった。年齢別と性別のジャンルに加え、単行本という出版形態およびその漫画らしいコンテンツといった4つの要素で日本漫画はベトナム読者の漫画に対する認識を刷新させたと言える。また、漫画の影響下、剣道（『おれは鉄兵』）、囲碁（『ヒカルの碁』）、コスプレ（『風光る』）などの潮流が起り始めた<sup>7</sup>。現在、ベトナムの市場には韓国、アメリカ、中国、台湾やベトナムの漫画が流通しているが、日本漫画は圧倒的に人気が高いのである。

---

6 漫画を指すのは「truyện tranh」という言葉であるが、直訳すると「絵で描かれた物語」で、日本語の「絵本」に当たる。しかし、ベトナムの「truyện tranh」は日本の絵本と違って、漫画も含んでいる。

7 『キャプテン翼』や『ヒカルの碁』に見られるように、日本にも同様の現象が起きたことは注目に値する。

### 2.3. 音楽

漫画、アニメとともに、Jポップもベトナムの市場に広がっている。正式の名称ではないが、ベトナムでは戦時中の音楽を「赤」、海外に居住しているベトナム人（越僑）の音楽を「黄」、ロマンチックな音楽を「青」、商業的で大衆向けの音楽を「虹」といった色で呼び分けている。JポップやKポップは第4のカテゴリー、つまり「虹」に分類されている。近年、Jポップなどはテレビやラジオ、インターネットを通じて若者の注目を集めているが、ファンは中学生から大学生までの青少年が一番多いようである。

### 2.4. 日本祭とよさこい

2007年、ハノイ市のヌイチュック日本語センターが初めて桜祭りを開催した。数十本の桜の木が展示されていたことと、「よさこい」<sup>8</sup>のアンサンブルが路上パフォーマンスを披露したことにより、ハノイ市の多くの人々の注目を集めた。この桜祭りが越日文化交流の出発点となった。2008年と2009年にも桜祭りが行われたが、2010年から「日本元気祭り」と改称されるようになり、よさこいのアンサンブルには、日本人のみならず、ベトナム人の大学生も参加した。さらに、2008年以降、ホーチミン市とホイアン市の古い町並みでも日本祭りが行われるようになり、その際、よさこいが紹介され、新しい文化潮流として多くの若者が参加するイベントとなっている。また、アマチュアのコスプレ・グループがいくつもハノイ市やホーチミン市で結成され、定期的な活動を行っている。2010年に、在ベトナム日本大使館と日本文化交流センターの共催で「Actice Expo2」が開催されたが、その時には2009年度WCS（世界コスプレサミット）の優勝者も出席した。

### 2.5. オンライン・フォーラムとソーシャルネットワーク

1990年末に、オンライン・フォーラムとソーシャルネットワークの代

8 高知県に由来し、踊りを中心とする祭り。

表として、Yahoo! と SMS Hotmail がベトナムに進出し、Yahoo!、Yahoo! Messenger、Blog Yahoo!360 がベトナムの青少年の人気を集め、自己をアピールする場として活かされるようになった。若者は時間をかけて友達を作り、ページビューを増やすためにユニークなエントリーをめぐる工夫をした。2007年から Blog Yahoo!360 の更新版に満足しない若者たちは2009年に登場した Facebook に夢中になったが、それは趣味や学校名のキーワードでフレンドを検索したり、追加したりする機能が Blog Yahoo!360 より進んでいたからであろう。一方、Facebook と同時に成立した mixi は、日本国内市場向けのネットワークとして紹介されたが、日本以外にはほとんど知られていないため、日本人の利用者でも外国の友達と交流するためには Facebook を選ぶ傾向が強くなっているようである。

### 3. ハノイ市における調査

筆者は、大学で教えている「日本若者文化論」という科目の13名の受講生(2011年度)の協力を得ながら、約2ヶ月にわたってベトナムの若者文化に関する調査を実施した。ハノイ市の青少年のほとんどは、鑑賞費用が高いアニメやJポップ、映画より、どの書店でも安価で買えるチェ(Tre)出版社とキムドン(Kim Dong)出版社による漫画を好むようである。それに着目した学生たちは、調査内容を漫画に絞って、「日本漫画に対するハノイ市の青少年の関心」について調べた。初めての社会調査だったため、未熟なところ

表2 ソーシャルネットワークの比較 (en.wikipedia.org)

No.	名前	成立年	主な言語	メンバー数
1	Facebook	2004	英語	1,200,000,000 (~2014年1月現在)
2	mixi	2004	日本語	21,600,000 (~2008年5月)
3	Twitter	2006	英語	517,000,000 (~2012年7月)

が若干あるが、参考のためにここでその調査結果を紹介しておこう。

調査対象は6歳の子供から定年後の年配者までであった。配布した550枚のアンケート表のうち、回答されたのは526枚であったが、そのなかで高校生と大学生は308名で、58.5%を占めていた。

調査対象者を小中学生、高校生、大学生、社会人といった4つの調査グループに分け、直接アンケートを渡し、回答してもらった。社会人の一部については数日後に回収する場合もあった。回収されたアンケートのなかで個人情報まで記入する人は491名で、そのうち男性が197名、女性は294名だったことが分かる。表3は年齢と性別を分析した結果である。

調査分析で解明されたのは以下のことである（図2）。

第1点は、女性は男性より漫画を好むことである。答えた男女性別の比率は1対3であることから、漫画に関心を持つ人は女性が多いことが判明した。実際、男性はオンラインゲームやビデオゲームの方が好きだという傾向がある。

第2点は、日本漫画が一番人気が高いことである。5カ国（アメリカ、

表3 年齢別・性別のデータ

	男	女	
小学生（6-11）	0	1	232
中学生（11-15）	38	52	
高校生（15-18）	65	76	
大学生・クラブメンバー	71	96	259
社会人	23	69	
合計	197	294	491/526

日本、韓国、中国、ベトナム)の漫画のなかで日本漫画を読む人が圧倒的に多く、次はベトナム、韓国、中国とアメリカである。これは調査の前からも予想していたことである。

次に日本漫画を読む頻度については、「時々」、「数回」、「常に」という選択肢に対し、未成年の場合は順に 67/26/99 で、成年の場合は 101/32/94 である。これは調査の前に大学生の方が読む頻度が高いのではないかと予想されたことと多少異なっていた。

第 2 位にある韓国漫画を読む頻度として、38/17/18 と 48/10/7 という割合がでた。インタビューされた高校生と大学生達は韓国漫画や K ポップをはじめ韓国の若者文化に高い関心を示している。

第 3 点は、漫画ジャンルに関心が高いことである (図 3)。ベトナムで出版された日本漫画を読んだ後、読者はその漫画の内容、ジャンル、作家などを調べたり探したりしたかどうかを調査してみた。驚いたのは日本語で読む比率が少ない (5.3%) が、「少女愛」(Girls' Love)、「少年愛」(Boys' Love)、「ヤオイ」、「エッチ」などの言葉を理解した人が少なくなかった。男女比を見ると 9.5% 対 19.3% であった。

各グループの詳細比率は小中学生 4.3 / 高校生 8.1 / 大学生 13.4 / 社会人 4.3 で、未成年の比率は 12.4% である。これは家庭教育、学校教育と社会教育で注意すべき問題点であろう。つまり、未成年の人達がジェンダーに関心を持ち、本やネットワークを利用して情報を入手しているという現状が反映されている。

第 4 点は、漫画を読む媒体はさまざまであることである (図 4)。未成年者がインターネットで読む場合は 18%、新品購入は 25.8%、古本購入は 8.1%、借本は 15.7%、友達から借りる場合は 21.3% である。

第 5 点は、子供の読書に対する親の関心が希薄なことである (図 5)。言い換えれば、無関心の親がかなり多いのである。

親が関心を持たない結果、子供たちは勝手にインターネットを使ったり、年齢に合わない漫画を読んだりしているのが現状である。

第 6 点は、ベトナムでは『ドラえもん』に一番人気があるということである (図 6)。各ジャンルの代表的な作品を選び、リストを作ってイン



タビュー対象者に好きな作品を選んでもらった。その結果は次のとおりである。まず、人気のトップ3は『ドラえもん』(464)、『名探偵コナン』(460)と『ドラゴンボール』(382)である。そのなかで『ドラえもん』は日本外務省によって2009年にアニメ文化大使として広く宣伝された理由もあるだろうが、教育の側面が重視されるため、親も子供に勧めたことがこの結果に関わったと思われる。しかし、15歳以下の子供に適さない暴力描写・性描写のある漫画を読んでいる比率が高いという現状も見逃してはいけない<sup>9</sup>。例を挙げると、『名探偵コナン』が84.6%、『ドラゴンボール』が64.8%、『王家の紋章』が30%、『NANA』が3.5%である。

#### 4. 漫画からみたベトナムにおける若者文化への政策

ベトナムでは若者文化に関する認識がまだ高くないと思われる。絵本や漫画は単純なもので、子供向けの読み物であるというのが常識である。2013年に出版された『ベトナム語辞書』は「truyện tranh」について「主に絵で語り、時に短文の解説を加える児童用の読み物である」と定義している<sup>10</sup>。漫画はその一種とされ、そういった状況の中で広く読まれてきたが、今やベトナムの図書市場だけでなく、絵本・漫画の役割に対する認識も変化している。とは言え、ベトナム漫画の競争力向上やベトナム特有の漫画表現を生み出すためには、まだ多くのハードルが残っている。プロの漫画家を育成する学校がほとんどなく、若者の関心や希望を満たす漫画を教育の手段として利用する政策もまだ定められていない。そして、ベルヌ条約に加盟したにもかかわらず、ベトナムでは海賊版漫画がまだ十分に取り締まられていない。これらの状況を乗り越え、ベトナム特有の漫画を創出するためには、以下のことが重要であろう。

まず、政府レベルでは、文化スポーツ観光省や教育訓練省が、漫画やアニメが若者文化であり、人格育成に大きな役割を果たすことをよく認識した上で、各読者層に適する内容やジャンルを定める体系的な政策を講じる必要があるだろう。また、人格育成を促進する対策としては、例え

9 これらの漫画作品はベトナムのマスコミにおいて批判されている。

10 Hoang Phe (2013: 1637)

ば、青少年向け漫画コンテストや若者文化祭などが考えられる。さらに、各出版社は利益ばかりでなく、ベトナムの文化に適合した漫画を選択し、読書年齢を明確に表示する必要がある。代理店、本屋・借本屋も客に読書年齢を意識させるべきである。一般的に言うと、各レベルの文化所管機関に漫画の出版と流通を厳しく監視することが求められる。最後に、家族や学校は子供たちの読書により勉学へと関心を向けさせる必要があり、出版物だけでなく、インターネットの使用の管理にも注意を払うべきである。社会全体の認識と決意により、ベトナムの将来を担う若者のために新しい文化を創出することが期待される。

#### 参考文献

MacWilliams, Mark W., ed., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, New York: M.E. Sharpe, 2008.

Martinez, D. P., ed., *The World of Japanese Popular Culture*, New York: M.E. Sharpe, 2003.

石井健一『東アジアの日本大衆文化』、蒼蒼社、2001年

中村伊知哉『ポップカルチャー政策概論』、スタンフォード日本センター、2003年

Hoang Phe 編著『ベトナム語辞典』、Da Nang - Vietlex 出版社、2013年

ファム・ホアン・フン (PHAM Hoang Hung) 1979年、ベトナム生まれ / ベトナム国立大学ハノイ校人文社会科学大学東洋学部日本学科講師 / 「禅及び日本の伝統的な剣道における禅の要素」、科学学会要約記録『東アジア・東南アジアの世界における日本』(ホーチミン市出版社、2003)、 「日本における武士の誕生の社会的背景」、『第二回東洋学科学学会要約記録』(ベトナム国立大学出版社、2003)、『越日外交関係樹立30周年記念国際シンポジウム』要約記録(2003)、『ベトナムと日本との関係、及びその歴史と現代の諸問題』(ベトナム国立大学出版社、2003年)。

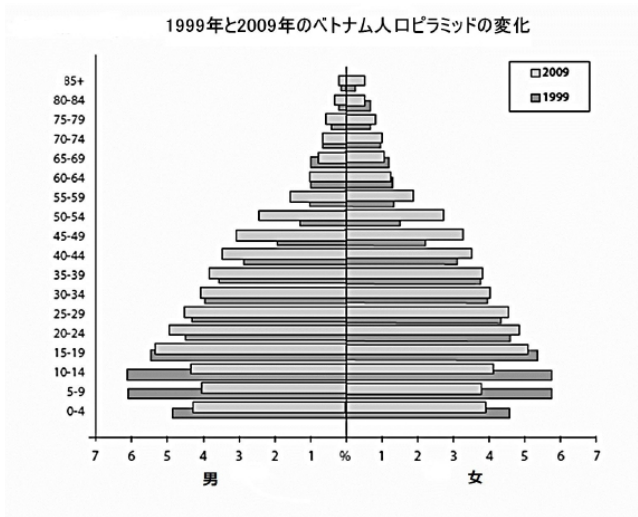


図1 1999年と2009年のベトナム人口ピラミッドの変化

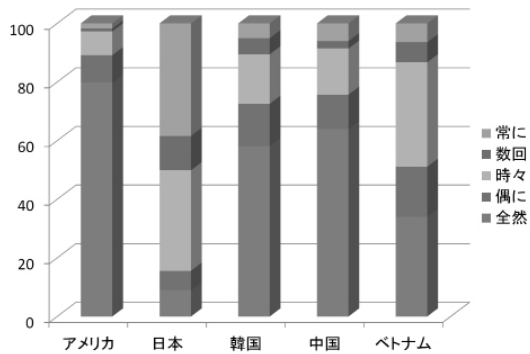


図2 漫画を読む比率

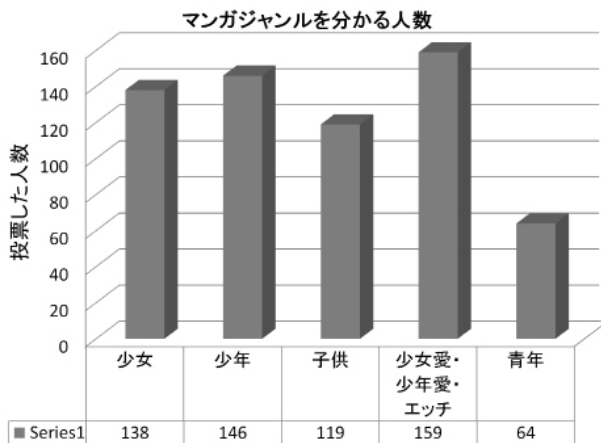


図3 漫画ジャンルが区別できる人数

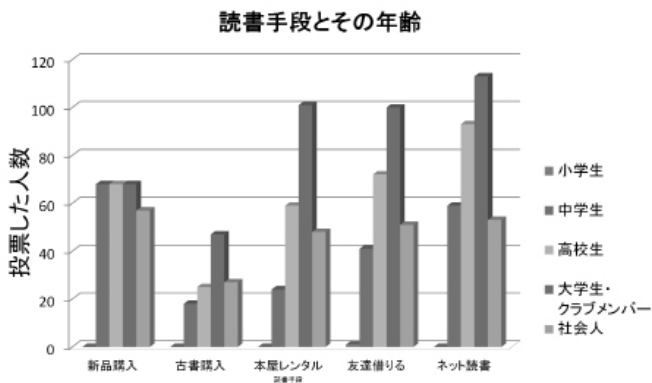


図4 読書手段とその年齢

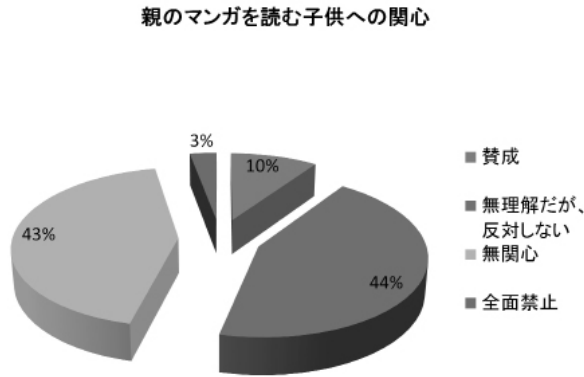


図5 親による子供の漫画趣味への関心

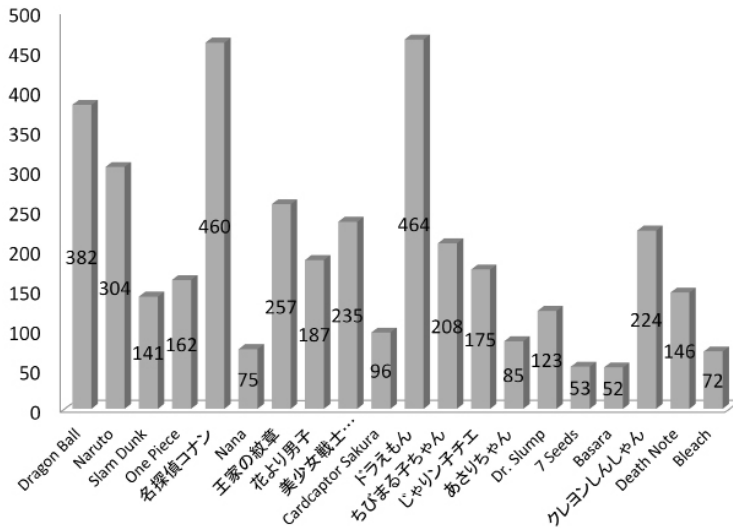


図6 漫画作品を読む比率