

11

韓国のウェブトゥーン

パク・スイン（朴秀寅）

はじめに 韓国特産物になったウェブトゥーン

2012年現在、韓国はスマートフォン全盛期である。地下鉄やバスの中、どこに行っても数多くの人々がiPad、タブレットPCなどを持って何かを一生懸命に見つめているのに対して、書籍や新聞などの紙媒体を読んでいる人は稀である。この情景を見ると、韓国において紙媒体の時代はもう終末を迎えているような気がする。漫画の主な媒体ももう紙ではなく、ウェブへ変わったと言っても過言ではない。特に人気が高いのは、本稿において取り上げるいわゆるウェブトゥーンである。

韓国のウェブトゥーンは、2003年からポータルサイトを中心に掲載され始め、2012年現在までその数が毎年増えている（図1）。『ソウル新聞』の記事によると「NAVERウェブトゥーン¹の場合、リサーチ専門機関であるkoreanclickの調査では、2012年4月のユニークビジター数（UV）は708万人、ページビュー（PV）は9億1894万件に達している。ウェブトゥーンのアクセスが最高に達した2011年8月には、UVは951万人、PVは11億7497万件を記録した。しかし、これは、パソコン・ユーザーのみの

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
NAVER	・	・	3	11	30	73	117	154	190
Daum	2	3	8	9	15	21	48	104	123

図1 韓国主要ポータルで連載するウェブトゥーンの数（「韓国人、一週4回以上読む…ウェブトゥーン全盛時代」『中央日報』2012年3月14日）

1 韓国のポータルサイトであるNAVERが、2005年からオープンしたウェブトゥーンコーナー

数で、携帯ユーザーまで含めると、1ヶ月に約1400万人がNAVERのウェブトゥーンにアクセスしている」²という。

「web」と「cartoon」の合成語であるウェブトゥーン(webtoon)は、単に既存の紙漫画をそのままスキャンし、ウェブに移し替えたものではなく、最初からウェブで公開することを前提に描かれた漫画を意味する。韓国のウェブトゥーンのブームはインターネットが普及した1990年代末から始まった。そして、ポータルサイトに漫画コーナーが開設されることによって、さらに盛んになった。ちなみに、2013年1月に開かれた第40回フランス・アングレームの国際漫画祭(Angoulême Festival International de la Bande Dessinée)に韓国は主賓国として招待され、「韓国漫画特別展」を開催し、韓国漫画組織委員会は、そこで韓国漫画の特産品としてウェブトゥーンを紹介した³。

ここで、なぜ韓国ではこのようにウェブトゥーンが発展しているのかを追究するために、まずはその背景を述べておこう。1990年代末、ウェブトゥーンが登場した頃、韓国の漫画出版業界は不況の波に喘いでいた。インターネット時代の到来と同時に、さまざまなオンラインゲームが新しい

娯楽として人気を集めていたのに反して、漫画雑誌は販売部数が落ち続け、その販売不振は雑誌の廃刊に繋がっていった。この状況のなか、アマチュアの漫画家たちが自分のウェブサイトを作り、作品を載せ始めた。これがウェブトゥーンの始まりである。しかし、ウェブトゥーンの商品は、従来の紙媒体の漫画とは異なる表現を見せていた。まず、漫画の最大の特徴であるコマを使わず、いわば「漫画的」な絵と短いナレーションのみの表現を行った。そのため、絵を描きコマを構成することをうまくこなせないアマチュア作家やデザイナー、イラストレーター等もフォトショップなどのグラフィックソフト



図2 個人ウェブサイト www.snowcat.co.kr での連載後に出版されたクォン・ユンジュの『snowcat』(ヨリンチェクトル出版社、2001年)

2 『ソウル新聞』、ホン・ジミン、2012年5月28日

3 『IBS ニュース』、2012年11月18日の記事

ラフィックツールを用いてウェブ上に作品を載せることができた。こうして「表現の民主主義の時代」が到来したのである。ウェブは、画力とは関係なく自由に自分の作品を発表できる個人ウェブサイトの開設を可能にしたわけである。そして、最初に人気を集めた代表的な作品が『snowcat』（図2）、『マリン・ブルース』、『パペポポ・メモリーズ』、『PoemToon』（図3）などである。これらは、まず、ウェブ



図3 チョン・ホンゼ「PoemToon」、2002年 <http://www.bburn.net/>

上で人気を得てから後ほど書籍化された。さらに、ベストセラーになることでウェブ上から生まれた新しい漫画として認められ、「ウェブトゥーン第1世代作品」と呼ばれるようになった。

本稿は、ウェブ上で生まれた漫画である「ウェブトゥーン」が韓国漫画文化をどう変化させたのかを考察するとともに、現在の読者が漫画に何を求めているのかを追求していく。特に、ウェブトゥーンによって変化した漫画の物語構成やその読み方に焦点を当てながら、ウェブ上の新しい漫画読者によるその受容について考察する。この考察によって、韓国漫画文化の歴史的变化、物語構成の変化、受け入れ方の変化が確認できるだろう。また最後に、この三つの考察を踏まえた上で、急速にデジタル化していく新しい漫画像の今後について述べたいと思う。

1. ウェブ上の新しい漫画文化

まず、ウェブトゥーンによって現れた新しい漫画文化については、次の特徴が挙げられる。第一は、スクロール漫画という新しい読み方やコメント遊び、第二は、大きなストーリーがない作品の流行、第三は、ウェブ上の新しい読者の登場である。前述したように、ウェブトゥーンは単に既存の紙漫画をそのままスキャンし、ウェブに移し替えたものではなく、最初からウェブで公開することを前提に描かれた漫画である。それゆえ、表現において紙漫画と異なるのは当然であり、ウェブという新しいプラットフォームに合わせて新たな表現が生まれる。新しいメディアは、新しい表現を期待させる。例えば、パソコン通信時代、プレーンテキストによる視

覚的表現技法であるアスキーアートが流行した。パソコン通信のユーザーは、テキストを用いていろいろな絵を描き、それらを電子掲示板で見せるアスキーアートという新しい表現を誕生させた。このように、ウェブにはウェブの、最適で新しい表現が生まれるのである。そして、同時に新しい読者や新しい読み方が生まれる。例えば、ページをめくって読む方式の代わりにスクロールして読む方式が登場した。また、今まで紙漫画を読んだことがなく、ウェブ上で初めて漫画を読み始めたという読者も登場した。作家と読者がウェブ上で出会い、紙媒体では不可能であった直接的なコミュニケーションを行うことが可能になった。これは、作家と読者の交流関係を一層緊密させる契機となり、読者が作品の生産過程に影響を与えるという、より能動的な関係を作り出した。そして、このような能動的なウェブ上の読者はプロシューマー読者と呼ばれた。ウェブ上の新しい漫画文化として、特に上記の三つが注目される理由は、これらが作家と読者の関係をさらに緊密に結び、漫画文化の核ともいえる、参加と交流を一層拡大したと考えられるからである。なぜそう考えられるのかを、これからより詳しく探ってみよう。

1.1 スクロール漫画という新しい読み方とコメント遊び

ウェブトゥーンは、画面を上下にスクロールしながら読む新しい漫画の読み方を生み出した。これは、今まで見開きページごとに、ページをめくって読む漫画の読み方を打ち破り、1ページずつ下げながら読むという新しい読み方を作り出した。ここで生じる紙漫画とスクロール漫画の最も大きな違いは、視線の移動である。紙漫画は、ページをめくりながら右から左へ読者の視線が移動する。ページの中には多くのコマがあり、右から左へコマの順番に従って読者の視線が移動する。しかし、スクロール漫画では、読者の視線は移動する必要がない。視線はパソコンのモニターの一箇所に固定され、スクロールによって画面が移動する。また、ほとんどのスクロール漫画は、紙漫画と比べてコマ割が極めて単純である。紙ではなくパソコンのモニターで見せるために、複雑にコマを割ると、小さいモニターの場合、読みづらくなる。単純なコマ割りでも、スクロールして読むのでウェブトゥーンは、従来の紙漫画と違って、視線の移動が必要ではないという新しい読み方を生み出した。単に、早く下げるのか、ゆっくり下げ

るのかというスクロールの速度の調節だけが求められているのである。これは、ウェブトゥーンの標準形式として定着したが、そのメリットとは、ページという制限された空間から解放され、縦に無限にスクロールできる新しい空間を得たということである。

ところが、漫画の表現において無限の縦空間を活用できるという可能性がある反面、限界やデメリットも生じる。つまり、横方向には見開きページができないゆえに、スペクタクル性の高い表現が極めて難しくなったうえ、横が狭くなったため、見開きページを活用したインパクトのある表現も難しくなったのである。初期に登場したウェブトゥーンの商品には、効果的表現がほとんどなく、ささやかな日常生活を描くエピソード漫画が多かったのは、このメリット・デメリットに由来するのである。前述した初期の代表的な人気ウェブトゥーンである『snowcat』、『マリン・ブルース』、『パペポポ・メモリーズ』、『PoemToon』は、すべて短いエピソード漫画である。つまり、ウェブ上の掲示板に載せるスクロール漫画は、紙媒体と比べ、漫画の絵柄や表現形式を単純化させた。ストーリーにおいてもほとんど、作家の日記あるいは、内面を告白するエッセイが盛んになった。

このような短い漫画、劇的なインパクトもない漫画が人気を得た秘訣は、スクロール漫画のコメント欄にある。スクロールの最後には、コメントを書き込める欄があり、そこで作家と読者、読者と読者が会話をを行う交流の場が用意されていた。そして、それは漫画に対する意見が掲載できる読者参加の機会を拡大し、劇的なストーリーがない漫画でも読者の人気を得た決定的要因として機能したと言える。読者がスクロール漫画に最も求めたものは、ドラマではなく、共感と交流の媒体としての漫画だったのである。



図4 1970年代マナバンで紙漫画を読んでいる子供達

1.2 参加を促す短編漫画

ウェブ上で、短いエピソード漫画が盛んになったので、出版社側は、これを「essay」と「cartoon」の造語で「エッセイトゥーン」と名づけることによって、新しい漫画のカテゴリーを作って対応した。エッセイトゥーンは、韓国ウェブトゥーン第1号として生まれたのである。エピソードとは、文学では「ある物語や事件の大筋に挿入されている短い逸話、あるいは挿話で、これは、単一なプロットの持続的な発展がないもの」(Abrams 1997: 239)を指す。これは、「複雑なプロットが絡み合い、次第に大きな事件へと発展し、作中人物の持続的な探究を可能にする小説」(Abrams 1997: 238)とは反対である。ウェブトゥーンが登場する以前の韓国漫画には、ほとんど小説のような起承転結があり、複雑なプロットが絡み合い、大きな物語を特徴とする漫画が中心に据えられていた。代表的な作家としてイ・ヒョンセ(1956年生まれ、男性)やホ・ヨンマン(1947年生まれ、男性)が挙げられるが、その劇画が雑誌時代に最高の人気を博していた。イ・ヒョンセの『恐怖の外人球団』⁴と『天国の神話』⁵、ホ・ヨンマンの『タチャ』⁶と『食客』⁷などが、新聞や雑誌における連載のあと単行本になり、また、ドラマ化と映画化され、人気を得た作品である。ここで、ウェブトゥーンの登場以前の韓国漫画界の状況を理解するために、韓国漫画史を簡単に述べておく。

韓国漫画の歴史は、①新聞漫画時代(1909-1940年代)、②マナバン(漫画房; 図4)と呼ばれる貸本屋時代(1945-1970年代)、③雑誌漫画時代(1980-1990年代)と韓国評論家によってメディア史の観点から区分されている(韓国漫画100周年委員会2009: 52-116)。①の新聞漫画時代には、時事問題を扱う風刺漫画が主な媒体であった新聞に掲載され、一般読者の人気を得た。それは植民地時代、風刺的に国民の声を代弁してくれる唯一の媒体として大きな役割を果たしただろう。②のマナバン時代から、本格

4 1982年作、野球と恋をテーマにし、漫画ブームを主導したベストセラー作品。

5 1997年作、東アジアの歴史を描いた作品。

6 1999年作、『スポーツ朝鮮新聞』に連載され、人気を得た作品。賭博の世界を描いた成人漫画。タチャとは、最高の境地に至る賭博師を称える隠語。

7 2002年から2008年まで、『東亜日報』に連載された作品。料理対決をテーマにした長編漫画。

的なストーリー漫画の時代が訪れ、純情漫画、劇画、明朗漫画のジャンル分けもできた。この中の純情漫画と明朗漫画の想定読者層や物語内容をみると、日本の少女漫画や子供漫画に似ているが、韓国の評論家は、内容や表現の特殊性を強調して区分する傾向があり、上記の名称をつけていた。②の時代から③の雑誌漫画時代には、劇的な物語展開のある漫画に人気が集まり、ほとんどの漫画がその傾向にあった。また、1982年10月、『ボムルソム（보물섬）』という雑誌が創刊され、子供たちに絶大な人気があった。それを契機に多くの



図5 ウェブサイトに掲載されているウェブトゥーン。漫画の下にコメント欄があり、リアルタイムで読者の書き込みがつけられる。www.d-al.net

の漫画雑誌が創刊され、雑誌漫画の時代が到来する（パク、キム 2010: 145）。雑誌漫画の時代には、数多くのヒット作が誕生したことを手ごかりに、韓国評論家たちはこの時代を韓国漫画の「ルネサンス期」と呼んでいる。しかし、冒頭で言及したように、1990年代末からは、インターネットの普及、パソコンゲームの台頭、映画産業の復興などで漫画の独特な役割が弱体化し、多くの漫画誌が廃刊に追い込まれた。漫画業界は、不況に陥ったのである（パク、キム 2010: 223）。

上記はウェブの登場以前の韓国漫画の概況であった。マナバンや雑誌の読者は、漫画の物語に着目し、主人公のサクセスストーリーあるいは立志伝・出世物語に感情移入しながら漫画を読み嵌った。作家は読者を虚構の世界に誘うために、起承転結に基づく巧みで複雑なプロットを作り、視覚的な演出を工夫した。

しかし、ウェブという新たなメディアに登場した最初の漫画は、これとは異なっていた。まさに「大きな物語がない簡単なエピソードしかない漫画」を流行させた。これは、従来の漫画を支配していた物語構成の方式を打ち破り、漫画が成り立つためには、必ずしも大きな、劇的な、空想的な物語が必要ではないということを示してくれた。「大きな物語」を捨

てた点については、日本におけるヤオイ⁸などの同人誌漫画も同様である。さらに、韓国のウェブトゥーンが、非営利的活動、つまり作家個人のウェブサイトで連載として始まったという点からも、同人誌活動と類似している。人々に公開する作品であるものの、商業漫画とは違って、作家本人の満足のために制作される側面が大きい。そういった点からも、劇的な虚構からなる大きな物語より、自伝的なエッセイを特徴とする漫画が多かったと考えられる。

また、もう一つの要因としては、ウェブトゥーンが現れた1990年代後半における韓国の事情を指摘する必要がある。当時、韓国はインターネットの普及でアナログからデジタルへの媒体の移行が生じている真っ最中であった。同時に、国家的には外為危機が迫ってきて、国際通貨基金に資金支援を要請した経済危機の時期でもあった。大学卒業生の多くは就職できず、家の中に引きこもる。中年の「既成世代⁹」も仕事を失い、失業者が増えた。これはエピソード漫画の流行と関係があった。巧みな構成がある長編サクセスストーリー、幸せなオチがある空想的な主人公の成長物語は、確かに従来の読者を喜ばせてきたが、それは、主人公の成長を見つめながら自己投影できるという満足感はあるものの、読者自身が共感できる部分は少なくなっていた。一方のエッセイトゥーンからは、自分と似ている現実的な話に接触して親しみや共感を覚える。また、ネット上のコメント欄を通じて、読者同士が話し合える。これは、大きな物語がなくても十分に楽しめる新しい遊び文化、つまり、作品を媒体とした読者同士の密接な交流の始まりともいえるだろう。コメント欄(図5)は、ウェブトゥーンの第二のコンテンツになり、ウェブトゥーンとともに相乗効果を引き起こし、ウェブトゥーンブームを牽引する大きな役割を果たしたのである。

素直に淡々と日常をそのまま描く漫画、オチがない漫画、大きな物語がない漫画に、1990年代末、家で引きこもっていた若者たちがなぜ共感したのかを理解するために、当時流行ったエピソード漫画の主なテーマを視野に入れる必要がある。ウェブトゥーン文化は、2000年代以後広がっていた若者の自嘲的な感情、それを吐露する空間を提供し、若者を中心に広まったと言える。このような漫画の流行は、「ピョンマツ漫画」という

8 「ヤマなし、オチなし、イミなし」という意味。

9 現在、社会をリードしている(45-64歳の)世代。

新造語の下で現在に至るまでに続く。ビョンマツ¹⁰とはネット上で広まった言葉で「クズみたいな気分」を意味する。ビョンマツ漫画は、起承転結という形式を無視し、異常な展開があり、一般の論理では理解しがたい非常識を特性にもつ漫画である。絵柄は、落書きのように粗いタッチであることももう一つの特徴として挙げられる。これは、1980年代末の日本における「ヘタウマ漫画」や「不条理ギャグ漫画」を連想させる。日本の場合は当時、「サクセスストーリー」に対する懐疑が生じていて、長編物語漫画だけでなく、4コマ漫画に関しても起承転結が疑問視されていたが、ビョンマツ漫画は、この不条理漫画と類似している。韓国の評論家であるキム・ナクホは、1990年代初頭、日本の不条理ギャグ漫画を読み、その影響を受けた世代が現在のビョンマツ漫画の作家になったと指摘している¹¹。

ビョンマツ漫画は、2012年の現在も相変わらず人気があり、NAVERのウェブトゥーンでは、チョ・ソク（1983年生まれ、男性）、イ・マルニョン（1983年生まれ、男性）などの、ビョンマツ漫画の大家と呼ばれる作家を誕生させた。漫画評論家であるパク・インハは、ビョンマツ漫画の流行について次のように述べている。

ビョンマツ漫画のキーワードは、共感である。たとえ、漫画としての完成度は高くないとしても、読者の好みや感覚に通ずるものがある。また、重要なのは、現代若者のルーザー文化である。1980年代までマナバンを占めていたほとんどの漫画は、非凡な人間の成功物語であったが、2000年代以降、青年文化の特徴はルーザー感情で、これを反映する漫画が読者の共感を得ている。これは、21世紀における青年文化の変化という側面で真剣に検討する必要がある¹²。

ルーザーとは、競争の敗者、仕事や人間関係で失敗した人を意味する。1990年代末、国の経済危機により、社会全般において自分がウィナーよりルーザーに近いという感情が広まっていた。そのため、勝利者だけが生き残るという結末の漫画より、ルーザーが生きていくビョンマツ漫画が共感を得ていくことになったと見られる。

10 『辞書にない韓国語』 正確な意味付けはないが、ある事柄や人などを指して「とんでもない」「ありえない」「気に入らない」「うんざり」などのニュアンスで使われる。

11 「ビョンマツ漫画、ルーザーの鼻くそをほじってくれる味」（2012年）

12 「ビョンマツ漫画は、なぜブームになったのか」（2012年）

劇的で、空想的な物語から離脱した漫画、単純なエピソードしか提示しない漫画、起承転結による巧みな構成がない漫画、そして、コメントで遊べる漫画、そんなウェブトゥーンが読者に受け入れられた要因は、読者を単なる受容者ではなく、積極的な参加者にし、漫画の役割を参加と交流の文化として一層大きく拡大したからであろう。

1.3 ウェブ上の新しい読者、「ポムジル」と作家発見

韓国では、この積極的で能動的な読者を「プロシューマー読者」と呼ぶ。プロシューマー (prosumer) とは、未来学者であるアルビン・トフラーが 1980 年に発表した著書『第三の波』の中で提示した概念で、生産者 (producer) と消費者 (consumer) を組み合わせた造語であり、生産活動を行う消費者のことを指す。しかし、ウェブトゥーンの読者は単にコメント遊びを行うだけではプロシューマーとは言えない。漫画の消費だけではなく、制作過程にも深く関わっているからこそプロシューマーとなる。制作というのは、ストーリー構成から始まり、必要な資料を集め、スケッチやネームを作り、ペン入れを行う作業などに至るまでの過程である。この過程に読者が直接関与することはないが、しかし、影響を与えることはできる。特に連載作品の場合、読者の反応によってストーリーを書き直したり、延ばしたり、短くしたりする場合がある。これは、表には現れない間接的な読者による制作関与の活動と見なしてよいだろう。紙媒体の場合、読者が送るハガキでの反応や単行本の売り上げ、パロディー活動などから作品の人気度を把握する。しかし、これにはある程度の時間が掛かる。ウェブトゥーンの場合、作品を載せたとたん、リアルタイムでコメントがつけられ、素早く読者の反応がフィードバックされる。作家は、次の連載を制作する前にコメントの内容から少なくない影響を受けるのである。つまり、プロシューマーの代表的な活動であるコメントをつける行為は、単に遊びではなく、漫画の制作過程の第一段階であるストーリー構成に影響を与える間接的な関与であるがゆえに、これをプロシューマー活動と位置づけられるのである。

そして、プロシューマーの代表的な活動として「ポムジル」という行為がある。ポムジルとは、韓国で作られたインターネットに関する造語であり、ウェブサイトや個人ブログなどにアップされた画像や資料、文章を

自分のブログなどに引用または転載することを指す。エッセイトゥーンは「ポムジル」によってインターネット上で広範囲に渡って拡散することができた。つまりポムジルは、漫画を短時間で広報できる最も強力な方法なのである。最近 Facebook や Twitter などのソーシャルネットワーキングサービス（SNS）で活発に行われる「シェア」と同様の行為である。「ポムジル」は、一見すると読者に無償で作品を提供しているようにみえるが、実は、読者は作品の「広報」や「流通」という重要な役割を果たしている。つまり、読者は作品の「享受者」でありながら「配布者」でもあるという二つの役割を担うことになる¹³。作品を流通させるという読者の「労働」は、作家から報酬を受けて行なわれているわけではない。読者自身も自覚しないまま行なっている「無形労働 (immaterial labor)」¹⁴ である。現在は、ブログ時代を過ぎ、ソーシャルネットワーキング時代化し、Facebook や Twitter などが重要な自己広報の場所になっている。それを背景に、「ポムジル」という無形労働は、今後さらに不可欠な手段となるに違いない。

それに加え、プロシューマーによるもう一つの重要な役割は、作家の発掘である。韓国最大規模のウェブトゥーン・コーナーを持っているNAVERの場合、プロ作家の連載コーナー以外に「挑戦、漫画家コーナー」というアマチュアが作品を載せられるコーナーも開設している。「挑戦、漫画家コーナー」で良い反応を得ることができれば、正式な連載契約をするチャンスが与えられる。良い反応とは、クリック数やコメント数、読者が与える点数が基準となる。つまり、新人作家のウェブ上の定期連載デビ

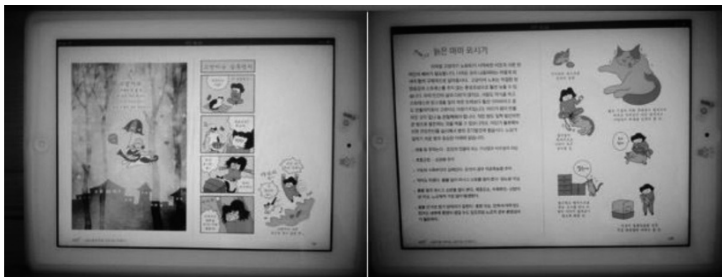


図6 2012年9月、iBooks Storeでリリースした筆者のebook『猫を頼む』は紙漫画のようにめくって読むことができる。

13 筆者は博士論文の第2章において、この観点についてもっと深く論じている。

14 「無形労働」とは、Maurizio Lazzaratoによって提案された概念であり、情報と文化に関する商品を生み出す労働を指す。これまでの工場労働とは異なり、その労働が直接に形ある物体を生み出さない活動であるので、「無形」と呼ばれる。

ューの尺度を、リアルタイムで行われる読者の反応に任せるシステムになっているのである。雑誌時代のデビューは、ほとんど持ち込みや応募によって行われ、編集者や出版社が決めた審査委員によって、デビューが決定されていた。それと比べて、事情が大いに変わってきた。ウェブ上の人気の度合がデビューできるか否かの尺度となるという意味において、読者はウェブトゥーン作家のデビューを決める従来の編集者のような役割まで果たしている。それゆえ、漫画家になれる基準も従来とはずいぶん変わってしまった。前述したビヨンマツ漫画の流行もウェブ上の読者の人気によるものであった。ビヨンマツ漫画の場合は、画力や演出力などの面で従来の漫画雑誌時代ではデビューしにくい、アマチュア的なものが多い。それにもかかわらずデビューできたのは、ウェブ上のプロシューマーの反応が良かったからである。例えば、上記で述べたビヨンマツ漫画家イ・マルニョンも元々漫画家志望者ではなかったが、ウェブサイトで自分が好きなように描いた作品がプロシューマーに注目され、NAVER ウェブトゥーンの担当者からスカウトされた¹⁵。これについてNAVER ウェブトゥーンの担当者であるキム・ジュンクは「昔は、絵、演出、ドラマが全て高いレベルではないとデビューできなかったが、ウェブトゥーン市場では、そのほとんどが0点でも、ただ一つだけ120点であれば受ける。」¹⁶という。しかし、だからといって誰でもデビューしやすくなったわけではない。誰にでも公平にチャンスは与えられるという意味のみである。ウェブの時代でも、大きなドラマがあり、読者を感動させる良いストーリー漫画は、相変わらず受け入れられると思われる。ただ、大きなドラマがなくても、読者の参加と交流を促し、共感できる漫画さえあれば、読者に受け入れられる新漫画文化も出現したといえる。

2. ウェブを超えて：さらなるニューメディアへ

冒頭で述べたように、2012年現在はスマートフォン、iPad、iPhoneなどのニューメディアの時代である。アップルは、2012年3月、New iPadを発売したが、引き続きiPad miniなどの新しいモデルを登場させている。

15 「ばからしくて笑わせる笑い」(2012年)

16 「NAVER ウェブトゥーン担当者 "我々の役割とは、作家が諦める前に発掘してあげること" (2012年)

このようなデジタル機器の進化は結局、漫画のプラットフォームを紙からコンピュータへ、また、コンピュータからスマートフォンや iPad、タブレット PC などのさらに新しいメディアへと移行させていく。次第に漫画もこれからはウェブトゥーンを超えてアプリトゥーン¹⁷や ebook(図6)¹⁸の形態に変換されるにつれて、スマート機器を通じて読む読者が少しずつ増えていくだろう。これはスクロールで読む方式の代わりに捲って読む方式への回帰をもたらすかもしれない。iPad やタブレット PC では、単行本サイズで見開きページを読むこともできる。ウェブトゥーンでは不可能だった表現を紙漫画のように表現できる可能性は明らかに秘めているのである。

また、携帯し、地下鉄やバスの中で読めるという長所もある。ウェブトゥーンが部屋の中でコンピューターで読む漫画であるのに対し、アプリトゥーンや ebook は、紙漫画のように携帯できるものである。もちろん、スクロール方式の表現も可能である。アプリトゥーンの場合、単に読むだけの漫画ではなく、指先のタッチによりさまざまな反応が起こり、一層面白いインタラクティブ性を活かす。ebook の場合、アップグレードを通じて、すでに発表された漫画もバージョンをアップして内容を新しく追加したり、読者に再びアップグレード版を提供するサービスが可能である。本のリリース方法もさらに自由になっている。iBooks Store を通じて ebook を発行する場合、出版社を通さずに作家がダイレクトにアップルと契約し、本を発行することができる。紙媒体の時代には不可能だった新しい出版活動方法、作家主導で出版する時代が到来しているのである。ただ、これは試みの段階で、ebook の場合、韓国ではまだ確実な市場が形成されていないことも事実である。作家主導の出版ルートができることは望ましいが、今後これが確実な漫画市場として定着する可能性についてはまだ結論が出ていない。

17 韓国では、スマートフォンのアプリケーションを通じて読む漫画を一般的にアプリトゥーンと呼んでいる。

18 この ebook は、筆者が iBooks Author で制作してから、出版社を通さずに、単独でアップルとダイレクト契約し、リリースしたものである。ただ、韓国では、まだ正式に iBooks Store がオープンされていないため、アメリカの iBooks Store でリリースした。

終わりに

ここまでウェブトゥーンの登場で変化した漫画文化やニューメディア時代においてさらに進化していく漫画の可能性について探ってみた。2000年代半ばを過ぎてウェブトゥーン自体にも多様な変化が訪れ、エピソード漫画ではなく、続きがある長編物語漫画も登場し始めている。紙漫画の雑誌で活動していたファン・ミナ（1961年生まれ、女性）、ヤン・ヨンスン（1971年生まれ、男性）、ユン・テホ（1969年生まれ、男性）のような定番のある作家もウェブへと活動の場を移していき、ポータルサイトのウェブトゥーン・コーナーはエピソード漫画とストーリー漫画といったそれぞれのカテゴリーを作り、ウェブトゥーンのジャンルを拡大した。それによって、韓国漫画の主な媒体は、ウェブになり、ウェブトゥーンは韓国漫画の主流媒体として位置づけられるのである。

しかし、ウェブトゥーンの未来は明るい面ばかりではない。紙媒体が崩れてしまったようにウェブトゥーンの黄金期もいつまでも続くとは断言できない。読者は常に新しいエンタテインメントを求めている。その期待に応えられないと廃れていくしかない。1990年代末、漫画雑誌の人氣が無くなり始めたのは、新しい映像媒体やゲームなどに最も大きな要因がある。デジタル媒体は、今でも絶え間なく発展しつつある。現在、人々は漫画を読むより、スマートフォンで遊ぶこと、また、ウェブ上のソーシャルネットワーキングサービスで交流することの方を楽しんでいる。コミュニケーションや交流、参加こそ、現代の人々が最も求める娯楽なのである。ゲームの場合も一人でやるのではなく、他人とチームを作り、ネット上でリアルタイムで会話しながら行うロールプレイング・ゲームが人気を集めている。この遊びに熱中すると漫画を読む時間はなくなる。ウェブトゥーンが読者に受け入れられた一番の要因は、プロシューマーになり、一方的な受容者ではなく、誰もが参加し発信者にもなれる、参加と交流の媒体となったことにある。実は、漫画は、従来から常に読者の参加と交流を求める媒体であった。単に受け入れるだけのものではなく、コマとコマの間隙である「間白」¹⁹を想像力で補い、作家が描かなかった場面まで読者は想像しながら読んでいく。読者の想像的参加がないと漫画はそもそも完成さ

19 夏目房之介による造語（竹熊・夏目ほか 1995: 184）

れない。この意味では、読者は、常に作家と共に漫画を完成させてきた最も重要な協力者だったのである。これが他の表現領域とは異なり、漫画のみの独自のな特徴でもある。ウェブはこのような漫画文化の核といえる読者の参加という特徴をさらに拡大し、作品完成後ではなく、制作過程から深く関与するプロシューマーを生み出し、読者と作家の関係をさらに深く結びつけたのである。今後、ウェブを越え、さらに進化するであろうニューメディアの時代において、読者が求める新しい漫画像は、読者をより一層参加させるもの、プロシューマーにさせるものに違いない。「漫画は白黒で、書籍として読むものである。そうじゃないと漫画ではない」と言った従来の考え方はもう通用しない。3000万人²⁰がスマートフォンを使用している現在、さらにインタラクティブな参加と交流のメディアとして進化していく漫画を期待してやまない。

参考文献

竹熊健太郎・夏目房之介ほか『漫画の読み方』宝島社、1995年

パク・スイン（朴秀寅）「韓国エッセイトゥーン研究—ウェブから生まれた新しい漫画像を巡って」京都精華大学芸術研究科・博士論文、2012年

パク・インハ、キム・ナクホ『韓国現代漫画史』doobobooks、2010年
（박인하, 김낙호 공저『한국현대만화사』doobobooks）2010

M.H.Abrams 著 チェ・サンキュウ訳『文学用語辞典』イエリム企画、1997年
（M.H.Abrams 저, 최상규역, 『문학용어사전』 예림기획）1997

Lazzarato, Maurizio (2006)“Immaterial Labour”Paolo Virno, Michael Hardy (eds)
Radical Thought In Italy: A Potential Politics. University of Minnesota Press
,pp.133-147

韓国漫画 100 周年委員会『漫画韓国漫画 100 周年』韓国漫

20 韓国のスマートフォン（多機能携帯電話）加入者が2012年8月21日に3000万人を突破する。韓国の移动通信3社によると、17日時点でスマートフォン加入者数は、SKテレコムが147万5000人、KTが94万2000人、LGユープラスが578万6000人の計2991万3000人だという。18-20日まで新たに5万5000-6万人が購入したとみられ、20日までのスマートフォン加入者数は約2997万人と推定される。（「聯合ニュース」、2012年）

画 100 周年委員会、2009 年（한국만화 100 주년위원회 『만화 한국만화 100 년』 한국만화 100 주년위원회）

参考ウェブサイト

『ソウル新聞』ホン・ジミン、2012 年 5 月 28 日 記事参照 <<http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20120528014004>>（2012 年 6 月 29 日最終確認）

『IBS ニュース』2012 年 11 月 18 日の記事、<http://www.ibsnews.kr/news/15466>（2012 年 12 月 5 日最終確認）

「辞書にない韓国語」<http://www.alc.co.jp/korea/study/jisho/277.html>

『ハンキョレ 21』2010 年 4 月 9 日付記事参照。「ビヨンマッ漫画、ルーザーの鼻くそをほじってくれる味」http://h21.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/27079.html（最終確認：2012 年 12 月 7 日）

Weekly 京郷 2010 年 3 月 23 日記事「ビヨンマッ漫画は、なぜブームになったのか」<http://newsmaker.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&code=115&artid=201003171805591&pt=nv>（2012 年 7 月 3 日最終確認）

『ハンキョレ新聞』2011 年 1 月 3 日付記事参照「ばからしくて笑わせる笑い」<http://www.hani.co.kr/arti/culture/book/456852.html>（最終確認：2012 年 12 月 8 日）

『10 アジア』の記事「NAVER ウェブトゥーン担当者 "我々の役割とは、作家が諦める前に発掘してあげること"」http://10.asiae.co.kr/Articles/new_view.htm?a_id=2012050622251864560（最終確認：2012 年 7 月 8 日）

「聯合ニュース」2012 年 8 月 21 日付記事 <http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20120821-00000015-yonh-kr>（最終確認：2012 年 9 月 2 日）

作家ウェブサイト

權・潤珠クォン・ユンジュ（권윤주）：<http://www.snowcat.co.kr>

タルナム（달나무）：<http://www.d-al.net>

チョン・ホンゼ（정헌재）：<http://www.bburn.net/>