

要約

ドッケビと韓国の視覚文化

—20 世紀、韓国の大衆文化におけるドッケビの
視覚イメージの形成と定着過程—

朴美暻

本稿は、韓国の妖怪「ドッケビ」の視覚イメージの歴史——その形成過程と定着過程、そしてその中で提起された論争など——に関する研究である。ドッケビの視覚イメージは、その時々韓国の政治・経済・社会状況と密接に関連して変遷しており、その意味で本研究はドッケビを通して見る 20 世紀初頭から現在までの韓国視覚文化史である。また、ドッケビの視覚イメージが形成され定着していく過程は概ね日本の「オニ」の視覚イメージが伝播し影響を及ぼしていく過程であり、その意味で本研究は日韓視覚文化の比較研究としての側面も持つ。

はじめには、韓国社会におけるドッケビについて紹介し、問題の所在を明らかにする。「ドッケビ」という韓国語は、悪魔を含む妖怪全般を指して用いられる非常に意味範囲の広い言葉であり、日常の比喩表現の中でも広く使用される言葉である。ドッケビは、アニメや映画など様々な文化コンテンツのなかでキャラクターとして登場し、個人の ID や店舗名・商品名としても用いられるなど、現代韓国文化を代表するアイコンとなっている。

現代韓国において親しまれているドッケビの視覚イメージの代表例としては、韓国のサッカー・ナショナル・チームの応援団「プルグン・アンマ（赤い悪魔）」のロゴが挙げられる。1999 年に作成されたこのロゴは、韓国の人々が赤いドッケビと受けとめる視覚イメージで描かれているのである。しかし、日本による植民地支配からの解放から冷戦終結までの長期間に渡って赤色は共産主義の色とされ、赤い鬼がしばしば共産主義者として描かれていたことを考え

れば、今日の韓国人がこのロゴ入りの服を着て街を赤く染めている光景は驚きであり、ここから（赤い）ドッケビの視覚イメージに対する認識の極めて大きな変化を見てとることができる。また、現在のドッケビの視覚イメージは実は日本のオニの視覚イメージと類似しており、そのことを 1990 年代に歴史学者が指摘したことを契機として、新聞紙上でも取り上げられるなど一般大衆の関心を集めて社会問題化した（「ドッケビ論争」）。韓国文化を代表するアイコンであるドッケビの視覚イメージが隣国であり植民地時代の旧宗主国である日本からの影響を受けているということは、韓国のアイデンティティを重視する人々にとってはセンシティブな問題であり、韓国固有の「正しい」ドッケビの視覚イメージを探求すべきであるとの主張がなされた。ドッケビ論争においてなされたそうした主張の内容やそれがドッケビの視覚イメージに及ぼした影響からも、現代韓国社会の諸相や視覚文化のありようを見てとることができるのである。

こうした問題意識のもと、以下本論では、日韓併合（1910 年）から現在までの多様な資料・文献を基に、韓国におけるドッケビの視覚イメージの歴史——その形成過程、定着過程、ドッケビ論争の内容および影響など——を時系列順に検討し、韓国視覚文化史の一端を明らかにすることを目指す。

第 1 章では、ドッケビの視覚イメージが形成される以前、すなわち 20 世紀以前の韓国（朝鮮半島）におけるドッケビのありようについて、当時の資料・文献や先行研究を参照しつつ明らかにする。

韓国（朝鮮半島）においては歴史的にドッケビが描かれることはほとんどなく、わずかに『蔡氏孝行図』（1882 年）において、しかも曖昧な描かれ方をしているものが確認されるに留まっている。そのようにドッケビの視覚化が阻まれていた要因として、支配階層においては儒教的な合理主義、民衆においては民間信仰上の畏怖の念が存在していたことが指摘できる。

また、20 世紀以前の資料・文献から確認されるドッケビの性格は、庶民的で、間抜けで、いたずら好きといったものであり、超能力によって人間に福を与える場合もあれば災いをもたらす場合もある存在である。

民芸においては守り神、庶民の味方としてのイメージが投影されており、民

間信仰上もチャンスンや仮面のイメージがドッケビのシメージとして用いられる場合が多い。

第2章では、現在のドッケビの視覚イメージの起源と言われる植民地時代の国定教科書の挿絵に関する諸論点を検討する。1923年と1933年の『朝鮮語読本』の「瘤を除った話」にドッケビの挿絵が登場しており、これらは韓国出版物において初めて現れたドッケビの視覚イメージとして現在に至るまで大きな影響を及ぼしている。しかし他方で、ここでの視覚イメージが宗主国である日本による植民地同化イデオロギーのもとで意図的に持ち込まれたものであるといった文化侵略的な解釈には無理があると思われる。むしろ、1923年の挿絵には韓国の風習が活かされていないとの批判を反映したと思われる。1933年の挿絵からも分かる通り、オニとは異なる存在としての韓国固有のドッケビを描こうとした試みが見て取れるのである。

また、1939年の教科書『初等国語読本』の「コブトリ」に掲載されたオニの挿絵がドッケビの視覚イメージの形成に大きな影響を持ったと主張されることがあるが、これはあくまで日本語で「オニ」と書かれたオニの視覚イメージであり（1923年と1933年の教科書はハングルで書かれていたが、この1939年の教科書は日本語で書かれたものである）、ドッケビの視覚イメージとして描かれたものではない。同様に、日本の桃太郎の絵本やアニメを通して伝えられたオニがドッケビの視覚イメージの形成に影響したと主張されることもあるが、これもあくまでオニとして伝わったのでありドッケビと同一視されていたとは考えられない（ただし、「オニ＝敵や悪の象徴」という図式が、後の韓国における「ドッケビ＝敵や悪の象徴」という図式の成立に影響したとは考えられる）。

第3章では、植民地解放後の軍事政権期のドッケビの視覚イメージについて検討する。筆者はこの時期が、ドッケビの視覚イメージがオニの視覚イメージと同化し定着していく過程の中で最も重要であると考えている。

朝鮮戦争時のビラや宣伝物では、戦時中の日本において敵がオニとして描かれていたのと同様に、ドッケビが犯罪者などの悪の象徴あるいは不思議な事件の比喩表現として用いられていた。

しかし、朝鮮戦争後のドッケビの視覚イメージは日本の文化コンテンツに登場するオニの影響を受け、特に児童向けのメディアである絵本やマンガに登場するドッケビは可愛らしくキャラクター化されていった。当時の韓国政府は日本の技術は積極的に取り入れつつも植民地時代の清算という観点から日本の文化は禁止するという二重政策を採っていた。にもかかわらず日本文化は海賊版などの形で流入して日本のものとは分からないまま大衆文化として消費されていったのであり、そうした流れの中で本来は「オニ」であったキャラクターを「ドッケビ」と訳した海賊版のコンテンツが消費され、オニの視覚イメージであったものがドッケビの視覚イメージとして定着していったのである。例えば韓国のオリオン社のフーセンガムの広告には日本の「お化けの Q 太郎」に角を付けたようなキャラクターが描かれているが、これは当時日本の不二家のフーセンガムの広告に「お化けの Q 太郎」が使われていたものをほとんどそのまま流用したものと考えられ、こうしたキャラクター的な視覚イメージがドッケビの視覚イメージに大きな影響を与えたのである。

80年代末になると、厳しい検閲などを行う軍事政権に対する民衆の反発が高まり、民主化運動のなかで民衆の象徴としてドッケビが用いられるようになった。そこでのドッケビは、従来のような敵や悪の象徴としてではなく、超自然的力を持つ福神であり悪人を懲らしめる庶民の味方として描かれるようになり、独裁権力に抵抗する民衆の象徴、伝統文化のアイコンとして注目を浴びることとなったのである。例えば社会風刺画で有名な呉潤の作品『昼ドッケビ』シリーズにおいては、ドッケビは韓国の民衆を象徴する存在としてその生命力、明るさ、力強さを表現しており、角や金棒を持ち朝鮮時代の庶民の衣装を着た姿で描かれている。

第4章では、大きな社会変化の中でナショナリズムが高揚した1990年代におけるドッケビの視覚イメージについて検討する。

90年代の韓国は、冷戦の終結や金融危機などの大きな社会的変化に直面し、そうした不安定感のなかでナショナリズムや国家のアイデンティティーが強く意識されるようになった。その流れは文化にまで及び、日本の文化コンテンツの海賊版問題や日本文化開放問題が激しく議論された。最終的に日本文化は

1998年に開放されることとなったものの、宗主国であった日本に対して韓国大衆が抱く感情は複雑なものであり続けており、1995年に提起された「ドッケビ論争」はそれが顕在化した事件の一つであると言える。

ドッケビ論争においてはドッケビの視覚イメージがオニの視覚イメージと類似していることが問題視され、具体的な論点としては、そうした視覚イメージが描かれ始めた「起源」はどこに求められるのかという歴史学的な問題と、韓国文化の「固有性」という観点からより適切なドッケビの視覚イメージを探求すべきではないかという文化論的な問題の2点が提起された。前者の「起源」の問題については第2章で検討した通り、植民地時代の国定教科書の挿絵に描かれたドッケビが初出である（ただし、それを文化侵略的な文脈で理解することは誤りであると思われる）。後者の「固有性」の問題をめぐるのは、民俗学者や美術史学者など様々な分野の研究者が「正しい」ドッケビ像を提案し、その結果として絵本などの児童向け書籍の中ではオニの視覚イメージから離れたドッケビの視覚イメージが採用されるものが見られるようになった。

90年代末に開始された「文化原型事業」においても韓国固有の文化原型としてのドッケビが探求された。「原型」という概念は、外形が変わっても内面において変わらない本質を意味するとされ、「文化原型事業」は韓国民族の本質を表すものを見つけてコンテンツ化し、データベース化し、様々なメディアで活用する目的で推進された。こうした事業による国家支援を受けて、民俗素材のキャラクター化や民俗素材を取り入れたドラマ、映画、アニメ、ゲームなどが製作された。その代表例としては「金ソバン・ドッケビ」が挙げられ、このキャラクターは普通の男の姿で描かれ、木の棒を持ち、朝鮮時代の成人男子の髪型である「サントゥ」をしている。この「サントゥ」はシルエットとしては角があるように見えるものであるが、ここからは、日本のオニの視覚イメージである角の採用を避けようという意図が感じられると同時に、しかし一般の人々にドッケビであると認識させるためには角状のものを付けざるを得なかったというある種の葛藤が伺われるのである。

第5章では、グローバリゼーションの進展を背景として大きく変化した2000年以降の韓国の大衆文化におけるドッケビの視覚イメージを検討する。

2000年以降、日本文化開放や貿易自由化などへの対策として、大衆文化の支援や地域振興への支援が自国文化育成政策の一環として行われた。ドッケビは韓国人の象徴と見なされ、ドッケビが持つ民族性や精神性が強調された（韓国の固有性を強調するこうした方向性は、前述の文化原型事業と同様である）。しかし、韓国固有の「真正な」ドッケビの視覚イメージをどのように描くかはやはり難しい問題であり、現在でも、地域振興や文化商品の開発にドッケビを取り入れようとしても地域住民の呼応を得られず定着に失敗することが多い。

こうした国家的な取組みが続けられている一方で、絵本などの児童向けの商品においては典型的な（つまりオニと類似した）ドッケビの視覚イメージが多く採用されており、そこでのドッケビは韓国固有の神あるいは妖怪としての文脈からは離れたものである。ドラマ、映画などの大衆文化や地域振興など大人向けの商品においても同様に、ドッケビを使いこなすためにはまず伝統的な文脈から一度離れる必要があったのである。

このように、ナショナリズム的な観点から韓国固有のドッケビの視覚イメージを探求する試みが（1990年代から継続して）なされる一方で、グローバルゼーションを背景としたキャラクター商品の作成という観点から韓国の伝統や文化から離れたドッケビも創造されるなど、ドッケビの視覚イメージは多様な社会的文脈を反映して葛藤し、揺れ動いているのである。

以上、本稿では目に見えないものであった「ドッケビ」が目に見えるものとして描かれて定着していった過程を明らかにした。赤いドッケビが共産党の象徴であったことなど忘れたかのように、今日の韓国人は赤い旗の下で一体となってサッカーに熱狂している。少し前まではファンタジーの作品などほとんど消費されなかったにもかかわらず、今日ではドッケビが登場するファンタジー作品が数多く創られ大衆に消費されている。その時々政治・経済・社会的状況の変化を映す鏡のようにドッケビの視覚イメージのありようも変化してきたのであり、従って、ドッケビの視覚イメージの行く末は今後の韓国社会のありよう次第なのである。