

日本動漫全球風靡，全世界播映的動畫當中幾乎有60%以上是來自日本，而作為主要日本動畫題材來源的漫畫，除了原本就在亞洲國家盛行之外，隨著數位科技與文化全球化的影響，也逐漸受歐美各國的青少年歡迎。日本動漫成了美國年輕學生們課餘飯後的娛樂之一，此外也有一群年紀較大的哈日族¹（沒錯，歐美也有很多哈日族！）。前陣子我遇到一位來自墨西哥的朋友，小時候因親友介紹而喜歡上了日本動漫，會透過各種管道取得資訊，例如從漫畫英譯網站閱讀掃描圖片，或購買美國代理商發行的DVD等等，後來他直接到日本學術單位研究動漫，並藉著學術交換的機會來到台灣訪談台灣的動漫迷。像這樣為了喜愛的動漫和相關研究而繞了地球一大圈的例子，正足以說明日本動漫全球化現象以及受到喜愛的程度。

美國文化評論家Douglas McGray曾在2002年發表〈Japan's Gross National Cool〉一文²

，指出日本的文化產業已然形成一龐大的經濟力量，並征服國際，將它的文化產品成功地推銷出去並賺取大量外匯收入，甚至在國際情勢上得到了外交上的影響力。日本文化商品，例如時尚雜誌、電玩遊戲、動漫角色或可愛Hello Kitty的商品，在全球市場中都佔有相當程度的比重，且消費者對這些產品多半抱持著「酷的」或是「可愛的」想像，並產生某種程度的認同，甚至主動追求(McGray 2002)。

這種以文化作為國家影響力的情形同樣地也曾經有學者Joseph Nye以「軟實力(Soft Power)」³

的概念提出過，不過當時Nye是以美國為例子，認為身為經濟與軍事強權的美國，透過這些優勢更能夠無阻礙地將其意識形態與價值觀(如民主、自由)透過文化產品(如好萊塢影片)在全球各國的散播，形成一個具有吸引力的「普世」文化。與美國不同的是，日本並沒有軍事武裝實力，而當其國內正處於泡沫經濟破裂、政府無能的1990年代初期，正是日本軟實力最強盛的階段。或許正因為日本可以在如此國內政治經濟低迷的時期，走出了以文化出口為主要經濟收入的生路，因此，其他亞洲國家也競相效法，如南韓、中國，以及台灣。由南韓政府一手主導獎助產業而建立起來的娛樂王國，的確在這幾年有了顯著的成效；另一方面中國近年來也有後來居上的趨勢。然而，唯獨台灣，儘管政府成立了文化局，並且推動各項文創產業獎助辦法，但成效卻依然有限，我們的確看到了很多文化工作者有了更多的空間與機會從事創作，然而，整體而言，在國際舞台上，台灣的文化產業卻仍然很難走得出去。

讓我們單就台灣的動漫產業的狀況來看，並以日本動漫全球化成功的例子作為對照。我們所熟知的日本動漫生產模式其實是在二次大戰之後才奠定的。以漫畫為例，二次戰後受美軍占領的影響，日本人將美軍所帶來的歐美漫畫書加以模仿學習，並加以本土化之後，漸漸地發揚光大，走出自己的風格⁴

。首先，重要的變革之一是日本將印製漫畫的成本大幅降低，且日漫雜誌的頁數多、種類多，讓大眾有更多機會和意願去購買。美漫通常都是封面內頁皆全彩，印製成本自然較高，而且個別作品連載是分開販售，因此頁數相對地少很多；反觀日本的漫畫連載，往往都是十多則到數十則作品連載合成一本厚厚的周刊或月刊，頁數可能多達三、四百頁，且重點是，單色印刷又紙質粗糙，每本單價便宜。便宜又容易取得的情況下，日本人看漫畫習慣是：通勤族可能在書報攤隨意地買了本便宜的漫畫雜誌，坐地鐵時快速地閱覽完畢，下車很可能隨手就丟棄。於是，日漫的流通與普及率自然很高，再加上主題多元，吸引的客群廣泛，從小學生到上班族都是漫畫的目標客群，坊間漫畫連載雜誌的主題類別區分得相當細緻，除了分年輕客群的少年或少女漫畫、年長一點的成年客群也有青年或淑女漫畫雜誌可以選擇，甚至也有專門主題如偵探破案、恐怖故事、色情漫畫或Boys Love⁵等更細緻的分類。

在日本，漫畫被視為一種說故事的工具，可以用做藝術表現、教育輔助、意見表達，以及商業獲利。而後者更是結合了各種影音媒體產業：動畫、電視、小說、音樂、電影、電玩、玩具等等，使得這個以漫畫為中心的影音多媒體產業得以無限擴大，也就是日本所謂「內容產業」。根據「2008年御宅族產業白書」⁶報告，「オタクコンテンツ(御宅族相關內容產業)」的市場規模在2007年日本國內市場約1866.8億日幣，較之去年成長2.5%。而其內容項目包含：DVD/CD、出版品(漫畫、雜誌、輕小說等)、電玩、周邊商品類、以及同人誌。其中由粉絲創作非商業化的同人誌市場，居然也高達277.3億日幣市場獲利，可見動漫粉絲的創造能力不可小覷。

日本漫畫之所以能在世界各地廣為流傳，「多元性」的特色絕對是不可忽視。題材的多元、漫畫家風格的多樣化、甚至連故事中的角色個性都可能讓人捉摸不定，於是故事性更加地豐富。在我之前於紐約進行的訪談中，美國受訪者最常提及他們之所以喜歡日本動漫勝於美國卡通，最主要的原因就是豐富的故事性和角色複雜性。在大多數日漫中，主角並非總是永遠都是勝利、正義、完美的；有時候主角是個無能的小子、平凡的女生，常常犯錯且缺點一大堆，而其他角色也未必有誰是真正的大反派或大壞蛋。角色行為的好壞，作者本人往往不會給予直接的評價，可能僅留待觀眾自己去詮釋。例如，浦澤直樹作品「Monster」中的主角天馬醫生，在故事一開始，他堅持人命的價值應該是平等的，於是在緊急救難時，他不救地位聲望高的市長先生，而救先被送到醫院的小男孩，結果卻發現小男孩是個心理異常的犯罪天才，運用各種人性的弱點製造了多起殺人命案，於是，天馬醫生為他當初救人而導致可怕的結果感到痛苦與掙扎，而讀者也在故事進展中不斷地去思考人性與道德等複雜問題。講白一點，日漫作者通常不會把觀眾當成是一群智商未開的小朋友，或是一群需要被教化的群眾；而是站在一個與讀者對話的立場，有時候則可能是純粹想表達自己的理念或想法而創作，就如同文字工作者以小說或詩集來表達某些意境是一樣的道理。然而，台灣許多人有著漫畫等於不良刊物的誤解，使得台灣本土漫畫的生產與創作停滯不前。

在台灣本土漫畫市場並未成熟之際，或許要仿效日本大量印製以降低成本的做法仍不可行，但至少開發多元內容以吸引廣大客群這方面，應是可以努力的方向。然而，遺憾的是，台灣看漫畫的人太少了，而認為看漫畫是浪費生命的人太多了。尤其是老一輩的人直覺認為漫畫是只有小孩子在看的幼稚讀物(毒物?)，有很多父母會以「看漫畫會影響功課」、「小孩子會學壞」等理由，限制兒童看漫畫；或者某些自視(智識?)甚高者⁷

，主張動漫內容幼稚、低俗、不雅，是為「不良刊物」。在很多可能性都還未去探索之前，往往已經先自我設限、或是幫別人設定好界線，先幫別人篩選出「優良」作品，淘汰掉「不良」作品，於是，台灣人的文化創作，常常是被自己的自以為是所害，受到了各種阻礙多元創作的限制。

台灣本土的漫畫在過去，的確就是被這樣自以為是的意識形態所戕害的。事實上台灣早在50、60年代，曾經有一段本土漫畫活躍的時期，然而，1966年施行的漫畫審查制度卻把這些正要萌芽的漫畫產業給毀了。當時或許是受到保守社會風氣影響(也就是美其名是保護兒童，將漫畫列為不良讀物)、也或許正值戒嚴時期，政府嚴格箝制人民的言論自由(白色恐怖時期)，凡是要出版的漫畫都必須先送國立編譯館審查，於是，很多漫畫家辛辛苦苦創作出來的作品，常常就因為莫名其妙的理由而被退件，這嚴重影響了漫畫家的生計。審查機制嚴格限制了各種多元的聲音，也迫使漫畫家紛紛轉行，自此台灣本土漫畫幾乎完全停滯，出版社只好將日本漫畫(在當時甚至還是盜版)大量翻譯，來確保有辦法通過審查出版。一直到解嚴之後，漫畫審查制度廢除，然而台灣的漫畫家也幾乎已經斷層了。沒有人想當漫畫家，因為當漫畫家不僅可能養不活自己，在台灣社會

中的地位更是被汙名貶低。反觀在日本想成為漫畫家的年輕人很多，或許一開始薪水也不多、工作量更是可能沉重到會過勞，但一旦成名了，漫畫家聲望普遍受到尊重，最重要的是收入很可能可觀到讓漫畫家進入日本首富之列。當然，日本的漫畫產業有一個非常完整的機制，從當漫畫家助手到出道連載自己的作品，這條路走來也可能是競爭激烈，但至少這是某些日本人可以選擇的一個「夢想」⁸。

審查制度的荼毒不僅發生在台灣，事實上在美國也有。在美國，漫畫之所以發展成以「英雄漫畫」為唯一的類別，就是受到當時審查制度的影響；至於動畫(或稱為卡通)，一般則認為是給小孩子看的，因此，兒童頻道的卡通也必須事先經過審查，若有超過小孩觀看尺度的內容，就必須重新修改。有趣的是，日本動畫從來就不是只給小孩子看，因此，當2000年前後，美國兒童頻道開始新的一波引進日本動畫時，對日本動畫進行許多大動作的刪減修改時，引起了許多美國粉絲的反彈。例如在「海賊王」裡的山治抽菸畫面，手上的煙硬生生被改成棒棒糖；娜美乳溝的線條則被迫要修改蓋掉；打架不能拿槍、不能太血腥，畫面幾乎全都被粉飾過。這些在日本動畫中常有的畫面，一經過美國電視的審查制度，就幾乎被重新修得面目全非了。美國的哈日族們則對此完全無法產生興趣，於是寧可看盜版加粉絲自製字幕，或者催促代理DVD廠商務必忠於原作發行。美國如此的審查制度可以從兩個面向來看：第一，美國人對於兒童該如何被保護的既定價值觀，這些價值觀與東方文化有很大的不同，然而，在文化全球化的影響之下，哪一種價值觀佔了上風成為普遍主流價值，可以說是相當明顯的；第二，美國和日本對於「動畫」本身的認知有所差異，也就是動畫究竟是給小孩子看的？還是動畫是一種媒介用來再現某些事物，如此而已的認知的差異。受到這些認知差異的影響，對於會創作出甚麼樣的作品出來，自然就會有所不同。

不過，話說回來，日本漫畫既然是這麼多元，甚麼樣禁忌的題材都可能看到，難道日本政府就不曾有審查制度來規範嗎？當然有。日本的出版品所受到的審查規範法源主要是來自刑法175條有關猥褻的條款的約束，然而猥褻的定義是很模糊的。文化人類學者Anne Allison指出，儘管日本政府對出版品「成年人的陰毛、生殖器」露出的嚴格禁止，色情漫畫家卻可能另闢空間，例如以強調屁股、乳房、異物取代生殖器，或者以未成熟女孩身體呈現等等的形式來規避這樣的審查，並開創出日本特有的色情漫畫產業⁹。於是日本色情產業跟動漫產業一樣舉世聞名。然而這樣的形象大概是日本政府所不樂見的，尤其是在西方道德的規範之下，亟欲現代化(=西化)的日本政府總是想盡辦法加以規範。2010年東京都的知事(地方首長)石原慎太郎就極力主張「東京都青少年健全育成條例修正案」的通過，希望能進一步針對動漫作品中的角色有「不健全」的行為加以禁止出版，由於使用「非實在青少年」一詞，以及「不健全」標準等議題實在爭議太大，當時在日本引起了軒然大波，不僅漫畫家們認為此舉會大大限制他們的創作，連報社、出版社、學界都起而表態反對，甚至業界以拒絕參加政府主辦的東京國際動漫展來表示嚴正抗議。因此可以想見，在日本，漫畫創作不僅僅被當作是一個營利或文化產業，同時也是一種意見表達，甚至可以是一個社會抗爭的力量，因此，若這樣一個空間受到了限制，日本社會是以嚴肅的態度去面對的。

台灣於2004年也出現對出版品進行限制的舉動¹⁰

，主要是針對將暴力、色情內容限制為十八歲以上的限制級，然而其爭議主要是評估標準混亂，造成許多出版業者為避免重罰而自行過度詮釋分級，直接把可能遭到檢舉的內容全都標示成限制級，這樣很可能使得台灣年輕人在性別關係與多元性的選擇上受到侷限，同時也可能讓成年讀者在購買上遇到困難，更不用說從出版的角度來看，為避免麻煩考量，很可能加諸於創作者身上許多侷限。像這樣的分級或審查限制，最後只會造成出版的單一化，而「邊緣性」、「反抗性」、「顛覆性」等文化創作也同時應該具備的特質，很可能就會因為受限而自動消失。

就如同過去的「白色恐怖」一樣，台灣人在經歷過那段言論自由被箝制的時代之後，往往對於政治性的發言有著許多顧忌，即使已經到了21世紀的民主時代，人們仍害怕與政治劃上等號。在漫畫創作上，除非是直接標榜著對歷史的詮釋之外，幾乎很少漫畫會直接去進行政治理念的表述或對時事的批評，商業或業餘的漫畫創作雖然已逐漸增加，尤其是同人誌的市場越來越興盛，然而，目標客群依舊只能放在對情慾與性別關係好奇的青少年¹¹身上，難以吸引更多大眾投入。重點是，台灣的漫畫創作早已經深受日本影響，因此若要走出自己的一條路、開創出具有台灣特色的漫畫，更需要體認的是對於各種多元開放主題的接受與挑戰，這些主題可能包括情色、同志、暴力、科幻、奇幻想像等等，但這些必須是從台灣本土社會中去反思、挑戰、顛覆某些既定的觀念出發，以多采多姿的表達方式，想辦法挑起台灣群眾的神經，產生對於某些事情的共同感受、共鳴。若能做到此，我相信這不僅能使台灣的文化創意生產更加活躍，更重要的是使台灣人的文化認同更加緊密，且能更自信地走上國際舞台。

作者王佩迪為台灣大學社會系專案助理教授

註解：

1.美國自1960

年代起就引進許多日本

動畫，如手塚治虫的「原子小金剛」，然而因為當時的作品全部英語化(甚至是刻意的美國化)

，使得許

多美國觀眾當時並

不知道這些卡通是日本製造的，一直

到長大後才可能在偶然機會得知，特別是在1990

年代日本動畫得到許多國際獎項的認可，更多人對日本動畫產生興趣。此外也有另一群人是透過科幻作品，也就是從科幻迷轉變成日本動畫迷的情況。

2. McGray, Douglas, "Japan's Gross National Cool," *Foreign Policy* 130 (May/June 2002), pp.44-54.

3. Nye, Joseph, [Soft Power: The Means to Success in World Politics](#). Public Affairs, 2004.

4. 這很大部分必須歸功於一個人：日本漫畫之神手塚治虫。但由於這部分說來話長，請容我在此省略。

5. Boys Love(簡稱BL)，是屬於女性漫畫類別下的次類別。故事內容以男男同性的戀愛故事為主，早期又稱為「少年愛」或「耽美」，此外也有人以yaoi指稱二次創作、以BL指稱商業出版的該類型作品。

6. 《2008才タク産業白書(2008御宅族産業白書)》，Media Create出版，2007。

7. 漫畫研究社會學者李衣雲則是應用社會學家布爾迪厄的理論，指擁有較多「文化資本」並以此提升社會地位的人，他們將漫畫加上「不良」標籤，以區隔出自己所擁有的「高級文化」的地位。參見：李衣雲著，《讀漫畫：讀者、漫畫家和漫畫產業》，群學，2012.09(頁199-202)。

8. 關於立志在日本漫畫雜誌連載、成為暢銷排行中的漫畫家的故事，可參閱漫畫「爆漫王」。

9.Allison, Anne, Permitted and Prohibited Desires: Mothers, Comics, and Censorship in Japan (1995).

10.「出版品及錄影節目帶分級辦法」原訂2004年12月實施，後因各界抗議而改為2005年7月實施。

11.參加同人誌活動的群眾大多數是青少年沒錯，但也可能有年紀稍長的讀者，在此只是以統計上的數字而言，仍應該瞭解同人誌客群也是具有多樣面貌的。