

〈 書評論文 〉

「読む人」から「買う人」へ ——「技術」から考える読者分析の地平——

和田敦彦『メディアの中の読者：読書論の現在』
(ひつじ書房、2002年)

山森 宙史

1. はじめに

「読者」とは何か。この問いに対して、近代印刷技術の発展とその普及に伴って各学問領域は様々なアプローチを試みてきた。とりわけ文学研究領域における読者・読書研究の蓄積は深く、本書もまた文学研究領域から提起されたものである。そして、社会学、なかでもメディア論のオーディエンス研究においても、文学研究における読者・読書論は援用されてきた。しかし、いまだ「読者」とは何かという疑問に完全に答えることができた研究は存在しない。むしろ、そのような読者という存在を完璧に捉えようとする欲望には、分析者にとって都合のよい「読者」を創出してしまう危険性が常についてまわる。著者は数多くの読者・読書研究を挙げながら、「読者を分析する」思考から、「読者から分析する」思考への転回を試みる。そして、その視座は、文学研究の領域に限定されず、社会学から「読者」を考えるうえでも示唆に富むものである。

2. 本書の内容

本書は、これまでの読者・読書論に内在する問題点と、新たな読者・読書分析に向けてのアプローチに関する議論（第一章）と、その実践（第二章から第四章）で構成される。

第一章では、「一般的な読者／読書」という思考法に疑問が投げかけられ、「読みのプロセス」概念に立脚した読者・読書論の必要性が説かれる。実際には多様な変動要因に開かれている読書・読者概念を個々の学問領域において主要な概念によって定型化された思考で切り取る研究は、「読者」を抽象的で都合のよい存在に仕立て上げ、読書・読者論が本来有する既存の学問領域の普遍性や客観性の装いを暴く可能性を不問にしてしまう恐れがある。むしろ、読書・読者を規定する諸種の権力性に対して異議を申し立てる「問題提起的」な読書・読者論を著者は高く評価する。そのための有効なアプローチとして、様々な読者・読書へのアプローチを相対化し、その相違自体を様々な角度から検討す

ることで既存の「読者」という枠組みを改変していこうとする「読みのプロセス」概念が提起される。

第二章では、第一章において提起された「読みのプロセス」という視点を具体的な分析に応用するために、文学研究における読書論をメディア論に接合することが試みられる。これまで文学研究において展開されてきたテキスト理論に大きな影響を受けてきたメディア論では、視聴行為が情報様式などの様々な規制や拘束から成る解釈制度の中にある行為であることが指摘されてきた。このようなメディア論の視点は「読みのプロセス」として読書行為を考える際にも有効な視座を与える。その際、重要なアプローチとして、本を読む、ということを支えている様々な「技術」へと分析の眼差しを向けることが要請される。そのひとつの事例として、本章ではビデオゲームにおける「虚構」対「現実」という二項対立的な問題を挙げ、受容のプロセスや制約といった問いが見過ごされている点が指摘される。そこで、遊戯論と読書論の共通点を挙げながら、ゲーム体験における作品世界との距離の取り方に関して、読書論との比較を通じた分析が行われる。

第三章では、同じく「読みのプロセス」という視点に立ち、明治期の「立志小説」というジャンルがいかにして「殖民」というテーマへと移行してゆくかを、ジャンルに共通する描き方や、表現パターンを分析することから明らかにする。読む行為と、型を身に付け、学ぶ行為とが重なりあう「立志小説」というジャンルには、明治期における読者の欲望や願望が典型化されており、進歩史観的な近代読者像の一面を分析するうえでも重要である。このジャンルに共通する特徴として、金銭ではなく身体や精神を資本とし、かつ、成功そのものを拒否し、成功までの到達プロセス自体に価値の場を移すことで、「辛苦という快樂」の場に停滞するような読書システムが、現実の読者に経済的困難を甘受するように読みの方向を導いている点が指摘される。そして、立志小説と同じ構造が海外への殖民を勧める「殖民小説」にも援用され、「個人」の上昇物語から「国民」として「国家」を拡張しようとする物語へと置き換えられていく過程が論じられる。

第四章では、第三章で論じられた「立志小説」と「殖民小説」における南米への移民を勧める言説が地域へと流通していくプロセスが明らかにされる。本章では、単に地方の研究や調査も必要という補足調査としての側面からではなく、近代文学研究において自明視されている、均質な読者や流通という思考への批判が込められている。まず、大正期から戦前にかけて長野県で実施されていた移民奨励にまつわる講演、教育活動、幻灯会、地域雑誌が相互に関係しあいながらネットワークを形成していくプロセスが明らかにされる。次に、この情報のネットワークが地域の人々に広く受け入れられる過程として、「信州人」や「同郷人」という想像上（表象）の共同性や協調性が教育雑誌を通して形成されていた点が指摘される。そして最後に、同様の技術が昭和期の満州移民に際しても用いられていた点が指摘され、読書を点ではなくプロセスとして見ることで明らかになる歴史の諸相が存在することが説かれる。

以上を踏まえて、終章では「読みのプロセス」を考えるうえで必要な史料の整理と保存の重要性が主張される。また、このような史料の整理、保存に対する取り組みが、なぜ読者について考えるのか、という問いかけを再度研究者に突きつける点が指摘される。

3. 「技術」に依拠した読書・読者論が切り開く「読み」の地平

本稿では、第一章において著者が主張する「読みのプロセス」概念に立脚した読書・読者研究の事

例として、第二章から第四章にかけて具体的に展開される、読書・読者を支える「技術」への著者の視座に対して検討を試みることにしたい。

第一章でも論じられるように、著者の「読みのプロセス」概念に依拠した読書・読者論とは、『読書』と呼ばれている行為は、そもそも書籍のかたち、販売や流通形態、消費者の買う過程や蔵書の配置にいたるまで、無数のプロセスによって成り立っている。それを『作者』と『書物』の関係や、『書物』と『読者』の関係へと単純化した瞬間に多くの問題は問い得なくなってしまう」(p.20) という言及からも分かるように、テキストの外部にこそ留意した研究視角である。読書・読者のリアリティを捉えるためには、テキスト内在的な内容・表現分析に留まっていることには限界があり、経験的世界との連関性に関する指摘は不可欠な要因として介在することになる。

そのうえでまず著者が試みるのは、メディア論的視点を読者論に接続することである。読書という行為が様々な変動要因に開かれているという視座は、分析対象を書籍にのみ限定するという思考を解体する。「読む」という行為は、「聞く」、「見る」などの書籍以外のメディアの享受と密接に関わりながら形成される。それゆえ、読書・読者論は必ずしも文学研究に特権性がある学問領域ではなく、電子メディアにおける情報受容という観点にも援用することは可能となる (p.64)。その例として、J. クリステヴァや R. バルトによって提起された間テキスト性理論の社会学やメディア研究へ及ぼした影響は極めて大きいだろう (アレン 2002)。著者も読書・読者論が極めて学際的な思考ツールとしての有用性を持つ点には賛同している。しかし一方で、各情報様式固有の分析方法に内在する問題点に十分な注意を払わない転用に関しても注意を促している。映像テキストに文学テキストの理論を応用するためには慎重な検討が必要となる。第二章で展開されるビデオゲーム経験における物語の読みに関する分析では、安易に読書・読者論をビデオゲームの物語テキストに援用するのではなく、遊戯論という媒介概念を基準に小説とビデオゲームを比較し、小説と比べていかにビデオゲームが作品世界へ没入するさいに情報プロセスを形成することが不透明になっているのかを論証する。そして、各メディア間の「読み」の差異が明らかになることで、物語との距離の取り方、すなわち、歴史意識の問題への言及が可能となる。

このような「読みのプロセス」に焦点を当てながら読書・読者を分析する際に著者が重要視するのが「読み」を支える「技術」の存在である。ここで「技術」とは、文学研究領域において自明視されている小説テキストの構造のみを指すのではなく、本としての物理性を含めた「情報の生成、流通、享受にかかわる一連の『モノ』、あるいはそれらからなるプロセス」と定義される。「読み」が多様な外部の変動要因にも開かれている以上、「モノのプロセス」は不可避に読書・読者のあり方に関係することになる。だが、これまで多くの文学研究においてこの「技術」は付随的、二次的な議論として、「一般的な読者」研究に従属する形で取り扱われてきたと著者は批判する。そして、このような「技術」に基づく「モノのプロセス」という視点が読書・読者研究において不問にされる時、読書・読者という概念は極めて差異や多様性が捨象された概念として浮上してくる。

そのような「モノのプロセス」から読書・読者を分析する視点として著者が引用するのが、レジス・ドブレの「メディアロジー (mediologiques)」概念である。メディアロジーとは、「人間集団 (宗教、イデオロギー、文学、芸術など) の象徴活動と、その組織形態、そして痕跡を捉え、保管し、流通させるその様態の間に、できるならば検証可能な相関関係をケース・バイ・ケースで論証すること」と定義される (Debray 1994=1999:15)。その意義とは、「知的生活、物質的生活、社会生活の『インターセクション (交差する場所)』を暴き、あまりにも無音に過ぎるそのつなぎ目をきしま

せることにある」(同上：23)とされ、本書において著者が主張する「読みのプロセス」に焦点を当てた問題提起的な読者・読書論もこの概念に強い影響を受けていることが分かる。また、メディアロジー的方法における分析対象とは、「文学よりも書店に、公共の場所よりも会合の場所に、そして偉大な思想家よりも「知的サロン」にこそ注意が払われてしかるべきだろう」(同上：24)、と言及されるように、「生活者としての読書・読者」の分析に力点が置かれる。

この「技術」に焦点を当てた「読みのプロセス」に基づく分析は第二章のビデオゲーム体験と第三・四章の立志小説の受容に関する分析において具体的に展開され、第一章で主張された「問題提起的」な読書・読者論という著者の目的は結果的に果たされている。第二章ではビデオゲームという物語の読みを支える技術的プロセスが不可視化されることで、小説という印刷活字媒体とは異なる物語の読み込みが醸成され、ある種の偏った歴史意識が形成される可能性が指摘される。また、第三・四章では立志小説において提示される理想がいかにして多メディアとしての移民奨励にまつわる講演、教育活動、幻灯会、地域雑誌が相互に関係しあひながらネットワークを形成し、そのプロセスの中で読者に内面化されていたのかを論じ、またそのプロセスが時代の流れの中で抹消されることによってひとつの史観が正典化される危険を提起している。

いずれの分析も、文学研究において蓄積された読書・読者論を用いながらも安易な転用に対して極めて慎重に読書・読者とそれらを取り巻く技術に接近することで、その背後にある歴史的問題を批判することに成功している。このような文学研究からの試みは、少なからず歴史社会学やメディア・オーディエンス研究に従事する者にとって刺激となるだろう。メディア・オーディエンス研究にも様々な視点に基づいた研究は多数存在するが、文学研究における読書・読者論のように「小説」というひとつのメディアだけでも膨大な研究蓄積を持つには及ばない。また、著者が批判する「典型化」が可能なほどには方法論的統一性や十分な権威付けが不在であるがゆえに、しばしば厳密な分析が放棄される可能性もある。それゆえ、書籍という最古参のメディア研究の有効的な利用は積極的、かつ、慎重に社会学におけるメディア分析にも援用していく価値は高い。その意味で、著者が展開した「読みのプロセス」概念は、読書・読者研究の発展だけに留まらず、メディア・オーディエンス研究を進めていくうえでも重要な視座となる。

4. メディア論の地平

しかし、著者が主張する「技術」に焦点を当てた「読みのプロセス」という概念をメディア・オーディエンス研究に適用する際にはいくつかの問題に直面することになる。それは、論者の依って立つ学問領域の違いによって、既存の読書・読者論、読みを支える「技術」双方の意味、そしてそこから明らかになる文化・社会的な問題も異なる様相を呈してくることに十分意識的になる必要があるということである。

本書において度々主張される「読みのプロセス」概念が必要とされる背景には、既存の自己目的化した文学研究領域の読書・読者論を打破しようとする著者の意図がある。それゆえに、メディア論的視点を補助線として導入しながらも、論点は読書・読者論の新たな地平の模索へと収斂していくことが求められる。しかし、社会学、とりわけメディア・オーディエンス研究の領域に依って立つ者が「読み」について考えるとき、読書・読者という概念は「書籍のオーディエンス」を分析するうえでの有効なアプローチのひとつでしかない。ここで「書籍のオーディエンス」と記述したのは、メディ

ア論的視座に立つならば、「読者」という存在は必ずしも「本を読む人」には限定される必然性が無いからである。つまり、「読者」という存在は「オーディエンス」の部分集合として考えられる。したがって、論点は読書・読者論の改変を第一義的な目標とはせず、メディア論におけるオーディエンス分析のうえでの新たな地平を提出することに力が注がれる。

この両者の立ち位置の違いは、本書において重要視される読みを支える「技術」の意味をも変える。前者が典型化された読書・読者論の解体を目指し「技術」という視点を導入するとき、ここでは「読み手」を構成する多元的な要素として「技術」の意味が加工される。一方、分析の視座を「本のオーディエンス」として据える後者にとっては、オーディエンスの切り取り方を前者と同じ「読む人」と捉えるならば「技術」の意味も「読み」について説明するものとなるが、本との関わり方を「読み」に限定しないのであれば、オーディエンスの在り方は必ずしも「読み手」である必要はなく、「技術」の意味も「読み」を説明するものに限定される必然性を解かれる。つまり、前者が主体の「読み」の多元性を説明するものであるなら、後者は「本」を取り巻く多元的な存在を分析する地平へと論者を導く。例えば、柴野京子は著者が「読み」を構成する「技術」のひとつとして考える<流通>そのものをひとつのメディアとして分析することから「読者」の実像に迫ろうとする。柴野の研究が示唆に富むのは、「出版物の内容や選択のよしあしについての判断を避け、人が本に接し、手にする機会そのものを考察対象」（柴野 2009：29）とするために、人が書籍を買うことを「購読」ではなく「購書」という語を用いている点にある。つまり、本の担い手を「読み手」に限定しない配慮がなされているのである。本書第二章に即して説明するなら、ビデオゲームのプレイヤーは、テキストの「読み手」として捉えると読書・読者論の射程に収まるが、パッケージの「買い手」として捉えるならば、ビデオゲームをめぐる流通や消費の独自性からプレイヤーという存在が描かれることになる。よって、同じゲーム機器という「技術」の意味も、「読みのプロセスを隠蔽する技術」と「メディア・コミュニケーションの在り方を変容させる技術」¹とに分析軸が分かれることになる。

このように、「技術」を媒介項として書籍の担い手を分析するうえで、読書・読者論とメディア論ではそれぞれ研究の目的と「技術」の意味が異なる。そうであるならば、著者が主張する「問題提起的」な帰結として説明される社会の在り方も異なる様相を呈することになる。それを説明するうえで有用な概念が「共同体」である。なぜなら、本書第二章から第四章にかけて展開される著者の議論は、いずれも「読み」を媒介として成立する「共同体」に焦点を当てることで、その背後にある社会に接近しようと試みているからである。書籍を媒介とした「共同体」と呼ばれる概念の成立要件には様々な定義が存在するが、本稿では長谷川一（長谷川 2003）が提起する「伝達的コミュニケーション観」と「儀礼的コミュニケーション観」という二つのメディア・コミュニケーション観の相違からそれぞれ描き出される「共同体」像を補助線として援用してみたい。

著者が本書において批判する「テキスト・読者」関係に還元された読書・読者論は主に伝達的コミュニケーション観に依拠したものと考えられる。伝達的コミュニケーション観とは、コミュニケーションをメッセージの伝達過程と捉える眼差しであり、メディア論では受容効果理論と呼ばれるものに該当する。メディアの文化的・社会的意味を重視する近年のメディア論からは比較的距離を置かれている領域だが、文学研究における読書・読者論においてメディア論的観点が導入される場合、この

1 例えば、ビデオゲームの「通信対戦」という技術もケーブル接続、赤外線通信、ネット通信と変化していく中で他者とのコミュニケーションの在り方は変化していった。

受容効果理論の視座に立脚したものが多い。その典型的な例がテキストをめぐる解釈の共有とそれを背後から支えるルールによって成り立つ空間としての「解釈共同体」概念である。例えば、文学研究者の石原千秋は「一般の読者」という共有観念が形成されるメカニズムを、テキストを同じルールに従いながら読むことによって内面化される共同性意識、即ち、「内面の共同体」によって可能になると説く（石原 2009）。この石原の「内面の共同体」概念は、テキストを媒介にどのようにして伝達のコンセンサスが成立しているのかという点に焦点が当てられている点からも、受容効果論的な地平に存立する「解釈共同体」と似通ったものと考えられよう。

一方で、著者はこのような「テキスト - 読者」関係に読書・読者概念を閉じ込めてしまう思考を批判するために読みを支える諸種の「技術」に焦点を当てた「読みのプロセス」概念の必要性を説いたのだ。その意味で確かに著者の議論は多様なメディアの交錯する場に目を向け、テキストの読みだけに還元されない読み手の共同体像を記述することに成功しているといえよう。しかし、二章のビデオゲーム体験と三・四章の立志小説の具体的な分析から浮かび上がる「共同体」像は、いずれも「読み」を重視した伝達的コミュニケーション観に基づく「解釈共同体」を先に踏まえうえでその社会的側面が論じられる。そのため、読書・読者という概念が先行したうえでメディア論を援用するとき、そこにはメディアを形態という領域に追い込み、必然的にそれを「技術」に結びつけて語る<形態／内容の二分法>の論理が暗黙裡に働くという長谷川の批判（長谷川 2003）は著者の議論にも指摘される点は否めない。なぜなら、第二章から第四章の各議論において言及される様々な「技術」は、あくまで「解釈共同体」を説明するために援用された多様な文化・社会的状況の絡まり合いの中に付置するメディアのひとつの側面でしかないからである。それゆえ、個々のメディアの「技術」以外の側面に関する深い分析はここでは省略される傾向が見られる。

それではメディア論は出版メディアを介したコミュニケーションによって形成される共同体をいかに記述することができるのだろうか。先にも述べたように、メディア論は文学研究の読書・読者論を相対化する包括的な学問領域である。そのため、必ずしも書籍を媒介にした共同体モデルは伝達的コミュニケーション観に立脚した「解釈共同体」に留まるものではなく、ましてや共同体の要件が「読み」だけに限定されるものでもない。むしろ、本というメディアによって形成される共同体は経験的世界における人々の日常生活全体から考えられる必要がある。そのうえで有効な視座となるのが、「儀礼的コミュニケーション観」に基づいた共同体概念とそこでのメディアの意味を考えることである。長谷川によれば、コミュニケーションにおいて出版メディアの果たす役割は伝達だけでなく、儀礼的な観点から見たときそれは共同体における成員の「共感」の共有過程であり、共同体を生成・確認・維持・展開していくものと考えられる（長谷川前掲書）。ゆえに、本のコミュニティを考えると、「書物それ自体に注目しながら、それを社会のなかでの多様な関係のなかに位置づけていくまなざし」（長谷川前掲書：p.57）に立つことであり、そこには読者以前の読者（本の情報だけ知っている人）など本への様々なコミットの在り方が問題になってくる。そして、人の本への関わり方が多様であるということは、「読み」を支える「技術」の意味もまた一元化されえないことになる。

5. 「読み手」から「買い手」へ

このように、読書・読者論に立つか、それともメディア論に立つのかで、書物というメディアの意味と、それによって媒介される共同体の在り方も異なる様相を呈する。もちろん両者の境界は厳密な

ものではなく、メディアの機能が伝達と儀礼の両方を内包している以上、一概にどちらかを特権視することは議論に偏りを生み出す危険がある。しかし、論者の立ち位置を明確にすることで、「本」という様々な自明視の中に置かれたメディアを相対化し、新たな議論の地平を開くことが可能になるのも確かである。

以上の議論を踏まえ、評者が本というメディアを分析するうえで有効なパースペクティブと考える「消費・消費者」という概念の是非を検討したい。この概念も「読書・読者」と同じように、様々な差異が抑圧されてきた。一般的に「消費・消費者」という概念から連想されるのは経済学的合理性に準拠した市場の中の主体像である。そこでは、消費者とは欲望を充足させるという目的のために物を消費する存在として描かれる。このような経済学的消費観に異を唱え、消費の文化・社会的側面に焦点を当てた批判を展開したのが消費社会論である。消費とは単に個人の欲望を満足させるだけに留まらず、資本主義的合理性が徹底された後期近代社会においては、アイデンティティ、コミュニケーション、コミュニティのそれぞれを成立させるうえで必要不可欠の要件としてそこでは考えられる。

このようにして見ると、消費・消費者という概念が先に述べたコミュニケーションの伝達／儀礼の二項図式と極めて相似し、また本書で著者によって指摘された読書・読者論の問題点とも重なりあうものであることが分かる。先の読書・読者論とメディア論との関係に当てはめて説明するのであれば、経済学的な消費行動理論にメディア論的観点を導入したのが文化経済学や文化産業論ならば、メディア論の視座から消費の象徴的意味や文化・社会的状況を捉え直そうとするのが消費社会論だと言えよう。そして両者の観点の違いは、物の意味、消費スタイルの意味、そして消費者集団の意味のそれぞれの次元において異なる議論を提起することになる。

しかし、消費社会論の抱える問題として、その分析対象が極めて定型化され、限定された領域にとどまるという傾向が指摘される。消費に付随する文化・社会的意味を説明するうえで、車、衣類、住居、食料品、レジャーなどの機能的・記号的価値による差異が分かりやすい対象が主に選定される傾向が強い。しかし、大量生産・大量消費・大量廃棄を特徴とする商品は上記に挙げたものには留まらないはずであり、そのような「お決まり」の分析対象によってのみ描き出される消費社会の姿もまた一元的なものであろう。むしろ、消費社会論からは説明しにくい対象から消費社会を説明しようとする試みの中で、一面的な消費社会の姿を解体し、その理論的発展の道が開かれるのではないだろうか。

そのひとつの対象として評者が考えるのが本という商品である。本を商品として考える思考は本書においても「技術」という観点から展開されている。しかし、そこで言及される「技術」をめぐる消費はあくまで「読み」を第一義的に考えたものであり、書物の担い手は「読み手」へと収斂されるのであった。一方、評者の依って立つ視点は書物への関わり方において「消費」を優先させることで、オーディエンス像を「読み手」から「買い手」へと移行させることを目的とする。このような視座に立つことで、「読み」にのみ限定されない本というメディアに特有の「技術」と人との関係を記述することが可能になると考える。よって、そこから導出される問題意識は、前者が「読み」に孕む歴史・社会的な問題の顕在化にあるのに対し、後者は「買い」に内在する消費社会批判へと向かう。

しかし、ここで当然と思われる批判が提起されるであろう。それは、書物というメディアを論じるために「消費」という概念を優先させることで、その独自の文化的意義を一元化してしまう、すなわち、技術決定論に陥るのではないか、という批判である。もちろん、書物というメディアを考えるうえで内容を無視することはできない。しかし、書物にも様々な商品形態があり、それに合わせた流通・販売が考案され、多様な消費スタイルが生まれ、そして書物の消費を介して形成されるコミュニティ

を考えることが可能な以上、「消費」という概念を優先することで書物というメディアの独自性は必ずしも捨象されることはない。そのためにも、一元的な文化産業論的視点に立った技術消費への言及に留まるのではなく、多角的な視点に基づいた歴史分析を重視する著者の主張には注意を払いたい。

6. 「消費」から考える出版メディア —マンガ単行本を事例に—

そのような「消費」という観点から書物というメディアとその背後の消費社会の在り方を批判しようとする具体的な試みとして、評者の研究テーマであるマンガ単行本のメディア史分析から一例を提起して本稿を閉じることにしよう。マンガは出版メディアのひとつでありながら、これまで様々な学問領域から分析が試みられてきた。しかし、その先行研究を概観して分かるのは、マンガが出版メディアのひとつでありながら、文学研究とは対照的に客観的な読書・読者研究の蓄積が極めて少ないということである。もちろん、読書・読者への言及は数多くなされてきたが、その多くが各時代に支配的な言説空間に規定され、その都度読書・読者という存在は先行する論点に従属するかたちで描き出されてきた（瓜生 1998）。また、マンガというメディアがその他の出版物に比べ、極めて読み手の語りを容易に生み出すという特徴も客観的な読書・読者についての研究を妨げる特性を持つ。すなわち、マンガを語る者は「マンガの読者」であるという自明視によって、客観的な読書・読者論の必要性が放棄されるのである（米沢 1997）。

このように、マンガは出版メディアでありながら、読書・読者論の蓄積が浅い領域でもある。むしろ、「読み」からある程度の距離を置かなければ、その担い手の実像は浮かび上がってこないとも考えられる。では、いかにしてマンガというメディアを取り巻くオーディエンスを記述することができるのだろうか。そのうえでまず注目すべきは、マンガが出版界において他の書籍と比べ、市場での量的優位性など「物」としての特徴に言及される頻度の多いメディアであるという点である。つまり、商品としての在り方とその消費スタイル自体が、他の書籍メディアと比較しても独自の文化として認知されている領域なのである。なかでも戦後日本のマンガの商品的特殊性に、同じコンテンツに対して二つのパッケージが存在するという点、即ち、雑誌と単行本の併読が大衆レベルで成立している点が挙げられる。しかし、これまでマンガの「物」としての特徴が論じられるとき、そこでは決まって雑誌メディアに焦点が当てられ、雑誌の二次商品という位置付けのもとに単行本が顧みられることはほとんどなかった。だが、物としてのマンガの形式が大きく「雑誌」と「単行本」に大別される以上、「本」としてのマンガの意味も考える必要があるだろう。そこで、評者はマンガ単行本というメディアから、戦後日本の消費社会におけるサブカルチャーの変容を明らかにしようと試みている。その際に着目するのが、商品の在り方、消費スタイル、消費の場の三つの要因の相互連関から描き出されるマンガ単行本を介したコミュニティとその成員の姿がいかに変容していったのか、という点である。

ここではそのひとつの事例として、1960年代と1980年代とを比較して、マンガ単行本をめぐる「消費者」の姿がいかに変容したのかを簡潔に論じたい。現在ではマンガ単行本といえば一般的に雑誌に連載された作品を一冊にまとめた新書判コミックスのことを指すが、50年代半ばから60年代半ばにかけて「単行本」とは中小零細出版社が発行する赤本・貸本単行本のことを意味した。そして、その流通の場は都市に点在する貸本屋であり、主な消費者層は「非学生ハイティーン」と呼ばれる都市下層労働者層であった。当時、結核が流行していたこともあり、下層労働者の集まる貸本屋は「不衛生」

などのレットルが貼られ、高度成長下の「悪場所」とみなされる傾向が少なからずあった。しかし、時の新左翼知識人達は貸本屋に流通する大手資本とは独立した存在である貸本単行本の消費を介して読者の間に共有される「生活の痛み」という感覚を称揚し、資本主義に回収されない大衆の能動性を描き出そうとした（石子 1974=1994）。

しかし、70年代になると、貸本文化は衰退し、「単行本」とは大手出版社によって次々と刊行される「(新書判)コミックス」を指すようになる。そして、大手出版社による新書判コミックスの寡占化が徹底された80年代初頭から都市部に登場してくるのがマンガ専門店であった。そこを利用する主な消費者層は「マニア」や「オタク」と呼ばれ、一般書店では取り扱わないような同人誌やマイナーコミックスを取りそろえるマンガ専門店は、彼らにとって同じ趣味嗜好の相手の存在を確認する場であり、そこではマンガ単行本を消費することはコミュニティの生成・維持の成立要件として考えられた（大塚 1987）。

この二つの時代におけるマンガ単行本の在り方を比較することで明らかになるのは、消費社会の進展の中で社会におけるサブカルチャーの意味がどのように変容していったのかということである。かつては雑誌と独立した下位文化であった「単行本」が、「コミックス」として雑誌の部分文化になっていく過程で、その担い手も消費社会から排除された存在（非消費者）から、消費社会に包摂された存在（消費者）へと変容していく。そして、受け手にとっての共同性の獲得要件である消費の場の意味も、階層差という縦の差異から趣味嗜好という横の差異へと変化していく。だが、それ以上にここで注目すべきは、サブカルチャーの担い手の特異性を記述しようとする各時代の評論家に共通した視座であり、少なくともその批判の中に、受け手の背後に存在する消費社会（資本主義社会）をいかに生きるかという問題意識が含まれている点である。よって、マンガ単行本という「サブカルチャー」の消費について考えるということは、私たちがいかに消費社会を生きてきたのかということの道程を明らかにすることでもある。ここに「読み」を念頭に置いたのでは漏れ落ちてしまうマンガという出版メディアを介した「社会」の在り方を記述することの可能性が開かれているのではないだろうか。

参考文献

- アレン、G. 2002 『文学・文化研究の新展開—「間テクスト性」—』、研究社。
石子順造、1994 『戦後マンガ史ノート』、紀伊国屋書店。
石原千秋、2009 『読者はどこにいるのか—書物の中の私たち』、河出書房。
石田佐恵子、2001 『誰のためのマンガ社会学—マンガ読者論再考』、宮原浩二郎・荻野昌弘編 『マンガの社会学』、世界思想社。
瓜生吉則、1998 『「マンガ論」の系譜学』、『東京大学社会情報研究所紀要』56。
大塚英志、1987 『〈まんが〉の構造』、弓立社。
長谷川一、2003 『出版と知のメディア論：エディターシップの歴史と再生』、みすず書房。
柴野京子、2009 『書棚と平台：出版流通というメディア』、弘文堂。
ドブレ、R. (嶋崎正樹訳)、1999 『メディアロジー宣言』、NTT出版。
米沢嘉博、1997 『マンガ読者論』、『コミック学のみかた』、朝日新聞社。

(やまもり・ひろし 博士課程前期課程)