

長谷川 一
出版と知のメディア論
エディターシップの歴史と再生

2003年5月6日 印刷

2003年5月16日 発行

発行所 株式会社 みすず書房
〒113-0033 東京都文京区本郷5丁目32-21
電話 03-3814-0131(営業) 03-3815-9181(編集)
<http://www.msz.co.jp>

本文印刷所 三陽社
扉・表紙・カバー印刷所 栗田印刷
製本所 鈴木製本所

© Hasegawa Hajime 2003

Printed in Japan

ISBN 4-622-07029-4

落丁・乱丁本はお取替えいたします

著者略歴

(はせがわ・はじめ)

1966年、名古屋市生まれ。千葉大学大学院中退後、品文社、東京大学出版会にて書籍編集に従事。建築、映画、メディア、科学論などの諸領域で編集活動を行う。2002年、東京大学大学院情報学環・学際情報学府修士課程修了。現在、同大学院博士課程に在籍。専攻はメディア論、出版論、エディターシップ論。

主要著書＝『NHK スペシャル「変革の世紀」(1) 市民・組織・英知』(共著、NHK出版、2002年)、『メディア・プラクティス』(共著、せりか書房、2003年近刊)ほか。

プロローグ——二〇〇〇冊の本を介して、わたしたちは 1

序章 5

- 1 出版をいかに対象化するか 5
- 2 知・出版系という問題構制——メディア論の視座 14
- 3 本書の構成 20

第1章 メディア・知・コミュニティ——知・出版系のメディア論 23

- 1 コミュニティ駆動装置としてのメディア 23
- 2 書物をめぐるコミュニケーションとコミュニティ 36
- 3 書物とコミュニティ 48
- 4 知の世界とコミュニケーション 58

第2章 大学と出版のメディア編制——知・出版系の歴史社会学 75

- 1 書物はめぐり、知のコミュニティが生まれる 75
- 2 書物と大学——中世から近代まで 78
- 3 「大学出版部」の誕生 91
- 4 知のコミュニティの生成——大学出版部の二〇世紀的展開 116

- 5 アメリカ、知・出版系の極北——制度としての大学出版部 152

第3章 「作品」としての知——出版の電子化と知の再編成のなかで 185

- 1 「出版ロボット」時代 185
- 2 オンライン・ジャーナルをめぐって——寡占化とパブリック・ドメイン 188
- 3 モノグラフの電子化をめぐって——「本の新たな時代」の未明 203
- 4 「作品」としての知 217
- 5 知の市場化と出版の電子化 229

第4章 「人文書」空間の生成と崩壊——近代日本における知・出版・教養主義 237

- 1 出版／読書空間としての日本 237
- 2 日本の学術出版システムの特徴 239
- 3 「人文書」の定義? 243
- 4 「人文書」の「危機」——出版流通システムとその「終焉」 247
- 5 電子メディアは「危機」を克服できるか 257
- 6 教養主義と「人文書」空間 262
- 7 「人文書」空間の崩壊を越えて 272

註 281

あとがき 361

事項索引 viii

人名・団体名索引 i

プロローグ——二〇〇〇冊の本を介して、わたしたちは

扉をあけると、書物の山が床に積まれていた。

二〇〇〇冊の単行本があるはずだった。同じ書物が二〇〇〇冊もまとまって積まれている光景を目にしたのは、もちろんそれが初めてだった。フォークリフト用のパレットで、四枚ほどだったろうか。あ、これっぽっちなのか、という素朴な驚きが最初の印象だった。

わたしが書籍編集の仕事を始め、ちょうど一年がすぎたころのことだった。ほほひとり作業をまかせてもらえるようになったわたしは、四苦八苦しながらようやく一冊の単行本を刊行までこぎ着けることができた。その単行本に、誤植があることがわかったのだ。ふつうの誤植ではない。奥付の日付だ。年末に責了し、刊行は年明けだった。奥付の刊行年の表示を前年のままにしていたのだ。担当編集者であるはずのわたしは、見本の日に営業担当が駆け込んでくるまで、まったく気がつかなかった。

序章

1 出版をいかに対象化するか

本書は、出版という現象を対象として知をめぐる諸相と結びつけて捉え、メディア論の視座から検討を試みるものである。

出版とは、ごく一般的に理解されるところによれば、「文書・図面を印刷してこれを発売・頒布すること」だろう⁽¹⁾。印刷技術によって製作される冊子体 (codex) —— 紙の束を綴じたもの —— という形態をもつ書物を商品とする一定の市場を中心として、生産、流通、小売が産業的に組織化されたものが出版産業であると、さしあたっていうことができる。この出版産業は、主たる商品である書物

(書籍・雑誌)を生産する出版社(約四〇〇社)、流通を担う取次(約五〇社)、そして小売店である書店(約二万店)という三者を中心に構成されている⁽²⁾。二〇〇〇年の年間実売総金額は、雑誌が約一兆四九七二億円、書籍が約一兆一五二億円、合計して約二兆五二四億円である。これはイトーヨーカ堂やダイエーなどの大手スーパー一社の売上高——それぞれ三兆一〇三六億円、二兆九一四一億円——よりもはるかに小さく、ダイエーの有利子負債額二兆五六四億円にはほぼ等しい⁽³⁾。

日本の出版産業は、書籍・雑誌とも戦後一貫して右肩あがりの成長をつづけてきた⁽⁴⁾。その間、一般的に経済状況が不況に陥った時期にも、出版産業は、むしろ不況を商売の種にするたくましさで、その直接の影響をまぬがれてきた。「活字離れ」「出版不況」という言葉は一九八〇年ごろにはすでによく聞かれたのだが、それでも実際には売上げは伸びつづけていた。「出版は不況に強い」という神話すら存在したのである。

ところが二〇世紀末葉にいたって、日本の出版産業は、きわめて厳しい状況に直面することになった。二〇〇〇年の一年間に刊行された新刊書籍点数は六万五〇六五点。一九八一年は二万九三六二点だったから、二〇年間で二・二倍に拡大したことになる。既刊も含めた書籍総発行部数は一四億一八六万冊にのぼる(二〇〇〇年)。それにもかかわらず——あるいは、それが象徴するように——、実売総金額のほうは一九九六年に書籍と雑誌の合計が二兆六九八〇億円でピークに達して以来、毎年マインナス成長をつづけている⁽⁵⁾。全国の書店は一九九〇年代の一〇年間でおよそ一万店が廃業したと見られているが、その反面、売場総面積は一九九一年の約六六万坪から二〇〇〇年には約一二〇万坪と二倍近くに拡大しているという現象が起きている⁽⁶⁾。個人経営の小規模書店が廃業する一方、大

型書店チェーンが新規出店を重ねているためであり、これを実体をとまわらない「書店バブル」と見る向きもある。新刊書店と古書店との棲みわけの間隙をぬって登場したブックオフをはじめとする新古書店の拡大もめだつ。一九九〇年代に入って三三パーセント前後を推移していた書籍の返品率は一九九七年に三九・三パーセント、一九九八年には四一パーセントと急増している。実勢値はもっと大きいという観測もあるが、いずれにせよ刊行された書物のほぼ半数が売れ残っている勘定である⁽⁷⁾。書店・取次・出版社の倒産、ないしは倒産寸前の窮状に陥っているというニュースを耳にすることも多い。二〇〇一年一月には人文・社会科学系の専門取次(出版卸業者)であった鈴木書店が自己破産を申請し、最大の取引会社だった岩波書店が連鎖倒産の可能性を否定する記者会見を二度にわたって行うにいたった。

こうした暗澹たる現状については、日本の経済全体の低迷という大きな要因はあるものの、それだけでなく、日本の出版産業のかかえるさまざまな問題が根深く関係していることが指摘されている。委託・再販制にもとづく産業構造の制度疲労、読書人口の減少、書物の消費財化、新古書店の台頭、デジタル・メディアの発達・普及による影響……。「出版不況」が深刻化するのと併行して、『出版社と書店はいかにして消えていくのか』、『出版大崩壊』、『だれが「本」を殺すのか』、『出版クラッシュ!?』、『出版動乱』などといった、やたらに物騒な書名を付された書物が書店店頭をにぎわすようになり、厳しい「出版不況」の現実のなかで、「手堅い」「売れ筋」のジャンルと化すという皮肉な現象が生じた。これら書物の多くは、その書名の煽情性はともかく、現在の出版産業のかかえる諸問題に向きあおうとしたものであり、そこにいくつもの重要な論点が含まれていることは確かであるといえる。

ただ多くのばあい、出版を相対的に独立したシステムとして捉える視点を前提としているため、その議論が業界論の範疇にとどまっているという意味において限界がある。そこで語られるのはあくまで出版産業内部に向けられた実用の言説の域にとどまり、この問題が本来もつはずの広範さや根深さには十分な注意が払われていない。「本はどこへ行くのか?」、「本の未来はどうなるか?」、「出版文化を守るができるのか?」といった議論から出発するのではなく、そうした問いの立て方そのものを見直す視座が必要なのではないだろうか。

アカデミックな視点から出版を「学」の対象として捉えようという動きは、比較的早くからあった。「日本出版学会」が正式発足したのは一九六九年である。その草創期からかわり、中心的な役割をはたした出版研究者のひとりとして箕輪成男があげられる。箕輪は長く出版経営にあたりながら出版業界を主導したのち、学界に転じた。それまでの出版論を「かくあるべき論」であると批判して、定量的手法にもとづく出版論を展開した。とくに一九八〇年代前半の箕輪の著作は日本における先駆的なものといつてよく、その意味で最大の敬意を払われるべき先行業績のひとつであつて、本書もまたその基盤に大きく依拠している。ただし本書には、数量主義による「科学としての出版学」^⑧の直接の継承者をめざす意図はない。後述するように、本書は、箕輪の構想する「出版学」に立脚するのではなく、メディア論の系譜にたつらなる研究だからである。

箕輪によれば、「出版学」は「出版」を対象とした領域の学と定義されるという。「領域の学」とは、体系化された一個のディシプリンをもちうるものではなく、複数のディシプリンを包摂するというほどの意味である。そこで対象とされる「出版」とは、主として「書籍あるいは雑誌を生産し流通する

過程」をさす^⑨。「出版学」は、マスメディア論やマスコミュニケーション研究、あるいはジャーナリズム論の低位におかれ、新聞学や放送学に隣接すると位置づけられるべきものである。取り扱うべき研究の諸領域としては、つぎの三点がある。第一に、出版物の生産、流通、利用といった過程としての出版諸相の分析、第二に、そうした出版の過程をとりまく、政治的（出版の自由や検閲）、経済的（著作権法や再販制度など）、社会的、文化的（各国・各社会における出版開発の社会経済的背景）な環境の問題、第三に、学術出版や、娯楽出版など機能別に細分された各領域の出版がはたす社会的機能の分析^⑩。また、方法論としては、(1)歴史研究、(2)「哲学的に真とされ、道徳的に善とされ、文学的に美とされ、法学的に正義とされるものを前提にした出版の理想追求」をめざす人文学・法学的アプローチ、(3)出版技術にかんする研究、(4)マスコミュニケーション研究における効果研究に代表されるような定量的手法による社会科学的研究の四つがあり、うち(1)と(4)にかんしては実証的ないし客観的であるがゆえに「価値フリー」であるという^⑪。

このようなアプローチは、たしかにオーソドックスな学問手法のひとつとして、過去に一定の有効性をもちえた時期があつたかもしれない。だが今日、出版現象を対象としてなんらかの研究を企てようとするとき、この枠組みの有効性は限定的にならざるをえない。なぜなら、この「科学的」で「実証的」なアプローチにおいて前提とされている「出版」という枠組み——たとえば、著者が原稿を書き、出版社がそれを冊子体の商品として刊行し、取次・書店を経由して、読者がそれを手にする——それ自体が急速に相対化されているのが現在の状況であるからである。

じつは、箕輪が「出版学」の「上位概念」と位置づけ規範と見なしたマスコミュニケーション研究

において、同様の傾向がすでに顕著に現れている。一九五〇年代から七〇年代にかけて圧倒的な影響力をもった研究枠組みは急速にその力を失ってきており、マスコミュニケーション研究そのものあり方が問い直されているのである。その代表的な例として、マスコミュニケーションの「効果研究」をあげることができる。効果研究とは、煎じ詰めれば、送り手が発したメッセージが受け手にどのような効果をおよぼすかを調べる研究のことをさす。大石裕によれば、それはH・D・ラスウェルによる戦争宣伝にかんする研究から導かれたモデルをもとに、弾丸効果モデル（一九二〇—四〇年代前半）、限定効果モデル（一九四〇年代前半—六〇年代前半）、強力効果モデル（一九六〇年代後半—現在）と、さまざまな修正をくわえられながら展開してきた⁽¹²⁾。研究方法としては、まず仮説モデルをたて、それを定量的な調査にもとづいて実証的に検証するという社会心理学的スタイルをとることが多く、アメリカにおけるマスコミュニケーション研究の主流をなしてきた。ここで前提とされているのは、送り手と受け手の関係を基本的に固定化されたものと見なす、均質かつナショナルなコミュニケーション空間である。ところが一九七〇年代以降、たとえばカルチュラル・スタディーズの系譜に属するコミュニケーション研究などによって、こうした硬直化した図式は大きく相対化されてきている。そこでは、受け手は一方的に支配・操作される存在ではなく、読み手として捉えなおされ、その主体性や能動性が一定でいと認められる。メッセージの多義的な解読・解釈の可能性が強調されると同時に、受け手もまた社会的な諸力によって構成されて存立するものと見なされ、既存の支配的な価値を再生産し、それによって社会構造を安定させる担い手でもあるという多面的で動的な見方がとられるようになってきている⁽¹³⁾。

こうした、マスコミュニケーションの効果や影響を測定する「実証的」な研究が隆盛を見た時期は、第二次世界大戦以後から冷戦の終結にいたる期間である。それはちょうど、社会におけるテレビの様態が確立され、国民国家の枠組みのなかで大衆消費社会が安定的に展開してきた時期でもある。効果研究を成立せしめるための必要条件である、均質でナショナルなコミュニケーション空間を措定できたのは、そうした状況を背景にしたうえのことだった。ところが今日、衛星やケーブル、デジタル化、あるいはインターネットなどといった要素と複雑に絡みあって、テレビというメディアの輪郭ははやけだしている。同時に、国民国家あるいは大衆といった従来からの枠組みも大きく揺らぎはじめている。そのなかで、社会とメディアを二項対立的に捉える視座そのものが意味を失いつつある⁽¹⁴⁾。こうした事情は、アメリカのみならず、日本においてもまた同様である。

また、「出版学」の隣接分野とされる「新聞学」や「放送学」についても、やはり近年にいたって、その枠組みがはっきり相対化されてきている⁽¹⁵⁾。これらの研究諸領域はこのように、研究史的にみればそのような呼称がそれなりのリアリティをともなうて存立しえた時期があったかもしれないものの、現在デシプリンとして実効的に確立されているといえるような状況にはない。

「科学的」を標榜するその方法論についても若干の付言をくわえなければならぬだろう。科学社会学による知見は、なにをもって「科学的」と認めるか、その基準がけつして一枚岩ではなく、それぞれの研究者コミュニティごとに「科学的」なるものについての信念体系が異なることを示している。藤垣裕子によれば、このように「科学的」の理念が専門分野によって異なる現実には、複数分野にまたがる学際的な研究においてしばしば研究者間にコミュニケーション障害が生じる大きな要因となつて

いる¹⁶。また、かつてカール・マンハイムは、知識は一般に存在拘束性を有すると述べたが、精密自然科学の知識はその例外とした¹⁷。しかし、一九七〇年代半ばから八〇年代にかけて、SSK (Sociology of Science and Knowledge: 科学の知識社会学)の研究によって、たとえ定量的な科学的手法にもとづいて得られた知識であっても必ずしも状況にたいして非拘束的とは断言できないことが指摘されてきた。SSKという研究潮流は現在では退潮して別のフェイズに移行しているが、少なくとも「科学的」手法によって産出された知識であることを根拠に価値自由へと直結してしまうのは、とくにその対象が自然現象ではなく出版というすぐれて社会的な事象であることを考えあわせれば、ナイヴな態度であるといわざるをえない¹⁸。

このように見てくれば、マスコミュニケーション研究を規範として、「科学的」かつ「実証的」な「出版学」なる「学」を構築しようと企図したとしても、おのずから限界をはらむことは明らかであろう。実用の学それ自体はそれとして有意義である。だが「学」たらんと願うあまりそこに無理やりそれらしい粉をまぶしたところで、それはおしろいを塗った以上のものにはなりえない¹⁹。もちろん、新聞やテレビ、広告、電子メディアと比して、出版という現象がもつ研究対象としての重要性はいささかも劣るものではない。留意しなければならぬのは、「学」への憧憬を先走らせることではなく、いかに対象化するか、その手だてを十分に吟味することだろう。

既往の出版研究に決定的に欠けていたもののひとつが、メディア論的パースペクティヴである。「メディア論」とは、ともすれば日常語でいう「メディア」をめぐる言説全般を漠然とさして用いられることがあるが、本書でいう「メディア論」はそうした用法とは画然と異なっている。後述するよ

うに、そこではメディアはたんなる情報伝達装置ではなく、社会のなかに複雑に編みこまれた多層性を帯びた存在として理解される。メディアをめぐる動きは、歴史社会的に透視する視点から、批判的に問題化されていくことになるだろう。そしてそれらは、単純な因果律のなかに安易に落とし込まれるのではなく、種々の力がせめぎあうなかで、多層的かつ動的に構成されていくものとして立体的に把握される。そのなかでは、出版現象は、固定化した関係のなかでの交渉過程として靜的に捉えられのではなく、関係性それ自体の動態として理解されなおすことになる。

じじつ今日の日本において、出版現象は、産業的に閉塞状況に追い込まれているだけでなく、デジタル情報技術の浸透によって、これまで無条件に自明視してきた大前提である冊子体の存在が相対化されつつあり、その意味で一種クリティカルな局面を迎えつつある。この現状において「書籍あるいは雑誌を生産し流通する」のが「出版」であると前提することは、控えめにいっても牧歌的であるといわねばならない。つまり、あらかじめ「出版」という語の指示対象を固定してしまうことに説得的な根拠は見出せない。問われなくてはならないのは、「出版」の意味をどのように再記述するか、でなければならないはずである。

本書は、たしかに出版を対象として取り扱うものの、出版に固有の研究領域や研究体系を確立することに特別な関心をもっていない。これはメディア論による出版研究の試みである。出版の変容に焦点をあてるとともに、それが基層において知の再編といかに連動しているのかを問うていく。あえてこう別言してもよい。ここで研究対象に「出版」を据えるのは、ひとつの戦略にすぎない。本書の志向は、出版について研究することだけに向かっているのではない。出版を問題化することによって、

今日の知をめぐる文化状況にたいするひとつの批判的視座を確保するための回路を開削することに向けられているのであり、そこからさらに出版というメディアを捉えかえすという、再帰的なループを描くことに向けられている⁽²⁰⁾。

2 知・出版系という問題構制——メディア論の視座

出版という事象を徹底的に異化する視座を獲得することは、われわれにとって容易ならざる作業である。それは主として、出版が歴史上最初に産業化されたメディアであることに起因する⁽²¹⁾。周知のとおり、出版が産業的な体制を整えるのは一七世紀後半から一八世紀であるが、見方によっては、印刷術の誕生する一五世紀中葉以前から存在していた手写本の組織的筆写を目的とした写本工房や書籍商をその先駆と見なすこともできる。かくのごとく長い歴史をもつがゆえに、出版は現代社会において自明な、いわば「透明」な存在となっている。出版は、そのすみずみにいたるまでさまざまな形でメディアが浸透している現代社会において、すでに十分に社会化された数少ないメディアである。そのことは、映画などの電気メディアや、テレビやインターネットなどの電子メディアと比べてみれば、すぐに理解できるだろう。

ところで、出版がメディアとして意識されないというときの「メディア」という表現は、日常的に「放送メディア」や「新聞メディア」あるいは「出版メディア」とよばれるときは異なる次元にあ

ることには注意が向けられてよい。「メディア」という言葉は多層性をおびている。それは光線の加減によって色を変化させる高原の湖沼の水面のように、文脈におうじてさまざまな用いられ方をするとたとえばわれわれは、文字、絵画、電気音などといった記号表現の質料をメディアとよぶ。マクルーハンのあげた有名な例は、電気的光である。かれは、電気的光はそれ自体「内容」をもたないが、それは電気的光を用いてメッセージを描きだす電光掲示板とまさに同じ意味において、それ自体メディアであると述べている⁽²²⁾。また、テレビやラジオ、電話、書物といった、質料としてのメディアを受容・再生させる装置をメディアとよぶこともある。これはメディアについてのもっとも一般的な理解であろう。日常的に「メディア」の語が用いられるばあい、ほぼこの意味に即していると考えていい。そしてさらに、こうした諸装置が、産業的な体制を確立するなどして、社会的・文化的に一定の意味を付与されるネットワークに編みこまれた総体をメディアとよぶこともある。書物は、たんに紙の束を綴じたモノというだけの存在でもなければ、出版産業における基幹商品というだけでもない。書物は、その上をまたいではいけないものであったり、なんとなく鬱陶しいものであったり、飛行機に乗る前にとりあえず買うものであったり、応接間の書棚を飾るものであったり、字の読めない乳児でもページを繰る真似事をしてみたりするものであったりする。このように書物は多層的に社会に埋め込まれている。そして書物を枢要な要素として包摂して成立している出版という制度もまた同様に、さまざまな形で社会的・文化的に編みこまれている。そのようなメディアの様態は、諸力のなかで形づくられてきたという意味で、つねに歴史社会的に構成されてきたものでもある。と同時に、この出版という制度は、諸力を媒介してもいる。本書でいう「メディア」は、相対的にいえばこの第三の意味

に近いが、これらメディアの諸概念はたがいに独立したのではなく、微妙に重なりあいながら多層性をおびたひとつの概念をなしている⁽²³⁾。「メディアとは、社会がそのさまざまな欲望や権力の布置のなかで、自らの生きる世界を構成していく関数として物質化され、制度化された形態」にはかならない⁽²⁴⁾。

しかし、巷間にあふれるメディアをめぐる言説の多くは、こうした見方とは対極ともいえる位置からなされている。いくつものヴァリエーションが存在するものの、技術の進歩がメディアを発達させ、ひいては人間や社会を発展させていくという観点に立脚しているという点において共通している。たとえば、水越伸が指摘するように、情報技術の発達に託した未来社会論などは、その典型といえるだろう⁽²⁵⁾。ジェームズ・ケアリーは、ジョン・J・クアークとの共著論文「電子革命の神話」(「The Mythos of the Electronic Revolution」)のなかで、ベラミー、ヴェルヌ、ゲッデス、クロボトキンらの未来社会論の数々が、未来予測としてというよりも——だいいち、それらはことごとくはずれてしまった——、むしろ情報技術の特性を媒介して未来社会をじぶんたちがコントロール可能なものにしていくとするユートピア論として、近代思想のなかで位置づけられることを明らかにした⁽²⁶⁾。佐藤俊樹もまた、「情報技術が社会を変える」という類のメディア論が、恣意的な未来社会イメージを同型のテクノロジーでアナロジーして置換することで、テクノロジーの進歩を社会の進歩にすり替えるレトリックにもとづくものであることを指摘している⁽²⁷⁾。

こうした技術中心な未来社会論は、しかし国家や資本の発想と結びついて圧倒的な現実的影響力を行って来た。たとえば二〇世紀末からの世紀転換期にかけて騒がれたITブームを想起するならば、そのことは容易に理解できるはずだ。そしてそれは、さまざまな姿をとりながら、今後も引きつづき強力な影響力を保持しつづけるだろう。こうした技術的・産業的な観点からのメディアにかんする諸言説をテクノ・メディア論とよぶならば、われわれにとつて必要なのは、これに対抗しつつ、批判的にメディアを分析していく視座を獲得し、実践へとつなげていく足場を確保することにほかならない。ケアリーは先の論文で、情報技術をほんとうの意味で活用していくためには、市民や社会がそれを取りこんだ新しい価値体系を生みだしていく必要があると述べている⁽²⁸⁾。本書では、この系譜上に位置する今日的な枠組みとして、水越伸の提唱するソシオ・メディア論に即していくことにしたい⁽²⁹⁾。

ソシオ・メディア論とは、「人間や社会が情報技術をいかに文化的に受容して活用していくか、メディア文化がどのような政治性、歴史性を帯びて存立しているのか、さらに人間や社会が情報技術やメディアをいかにデザインしていくのか、といったかたちで、人間や社会の側からメディアを捉えていくものの見方」を視座とするものである⁽³⁰⁾。ここでは、情報技術と社会はたがいに独立した系として二項対立的な構図で捉えられるのではなく、「クラインの壺のような、内と外という考え方が無効になるような入り組んだ関係性の中」において動的に存立するものと見なされる。さらに、メディアは社会的な生成物であることが強調される。すなわち、情報技術は核ではあるが、しかしひとつの構成要素にすぎず、それは諸要素の複合のなかで、社会的に意味を付与され、文化的状況に適合する形でひとつと採用され、機能した結果として立ち現れるものがメディアであるとされるのである。さらに、メディアは現実の諸力のせめぎあいのなかから展開していく多元的な実体性をおびた社会的

な存在であるという認識が強調される(31)。

いいかえれば、この文脈においてメディアとは、さまざまな関係性の動的なネットワークのなかにしか存立しえないものである。そして本書でも、こうした意味におけるメディアとして、出版を把握していくことにしよう。のちに見ていくように、「書籍あるいは雑誌を生産し流通する」ものとしての出版とは、あくまで歴史的な経緯を経て形成されたものにすぎず、現在の様態をなんらかの超歴史性をもつものと捉えなければならぬ理由は存在しない。出版は、出版産業というひとつの閉じられた系内部の問題というだけではなく、各時代における社会的・文化的・産業的な布置と密接に関連している。そのことは、出版を情報伝達装置としてではなく、それ自体のメディア性に注目していくことでより明確に浮かびあがる。ここでは出版は、コミュニケーションを媒介し、コミュニティを生成・維持していく働きをもつものとして捉えられるだろう。

本書では出版と知の相互関係の諸相について着目していくことになる。知はその歴史社会的編制過程において、出版と複合的な関係を構築してきた。そしてそれは今日まで不断に連続している。つまり、この中間領域においては本来、知と出版は独立した二つのシステムと見られるべきではなく、知・出版系とよばれるべき統合されたシステムとして編制されていると見なされなくてはならない。したがって、本書が取り扱う出版現象は、出版一般ではなく、相対的に知に即した出版の領域——いわゆる学術出版、あるいは「人文書」出版——が中心となる。出版物の「内容」には、学術的な専門研究から、実用情報、マンガ、文学、エンタテインメント、各種レファレンス、あるいは会報や同人誌など、およそ考えつくあらゆるものが包含されている。それらをただ同じ冊子体として具現化され

ているというだけで一般化して扱うことには、多くの困難がともなう。むしろ範囲を限定していくことで、問題をより明晰に把握することが可能になる。

この知・出版系を読み解くために、本書ではまずメディア・知・コミュニティという三つのキーワードを用意する。この三者の相互関係を見定めたあと、その編制過程を歴史社会的にたどり直す。そのあと再び今日の問題へと立ち戻り、出版においてもっともアクチュアルな問題系を生みだしているもののひとつ、デジタル情報技術の展開にかんして検討をくわえる。そして、知の変容へと目配りしながら、近代的な出版制度が経験しつつある「危機」の地層を読み解いていく。本書では、出版の世界において「危機」として語られる現象のいくつかは、局所的な問題というにとどまるのではなく、今日知の変容に不可分に連動していることが明らかにされる。さらに重要なこととして、本書の志向が分析それ自体に向けられているばかりではなく、つねにその先へと、未来の構想へと意識が向けられていることがあげられる。なにも現在の制度に置き換えられるべき新しい制度を案出しようというのではない。未来に目を向けながら現実リアルに切り込むためのひとつの橋頭堡を確保するというほどの意味である。ソシオ・メディア論とは、けっして新たな体系的な研究領域を開拓し一個のメディアプリンとして制度化することを志向するものではなく、「一つのプロジェクトとして社会的なメディア論を束ねておく」ことを企図したものである。思想的、批判的な研究をただ学問内面的な議論として重ねるだけでない。ときに現実のメディア状況に介入する実践をもつねに射程に入れておく。そのような多元的な企てという側面を、ソシオ・メディア論は内包している(32)。

付記すれば、諸々の電子出版をはじめとする出版の電子化にかんする技術的展開の具体については、

本書で直接取り扱うテーマの範囲外のものとなる。それらについての詳細は、ほかの論文、書籍、雑誌、ウェブなどに譲ることにしたい。

3 本書の構成

本書の構成について述べておきたい。

第1章「メディア・知・コミュニティ——知・出版系のメディア論」では、知・出版系を構成する三つの主要要素、メディア・知・コミュニティの相互関係の見取り図を描くことをとおし、本書の理論的枠組みを示す。まず、従来なかば自明視されて問われることの少なかったメディアにかんする二つの見方、すなわち「情報伝達装置」と「形態・内容の二分法」について検討がくわえられる。そのうえで、メディアが媒介するコミュニケーションを象徴作用によってコミュニティを生成・維持・発展させていく儀礼的観点から捉えるジュームズ・ケアリーの示唆に依拠しつつ、出版を情報伝達装置としてではなく、それ自体のメディア性に注目して、これをコミュニティ駆動装置として捉える視座を示す。そのとき、出版というメディアのあり方もっとも瞭然と示されているのが、知の世界と出版との関係である。ここでは学術出版のシステムが、知識伝達という側面だけでなく、知のコミュニティにおけるコミュニケーションのシステムとして機能している。

第2章「大学と出版のメディア編制——知・出版系の歴史社会学」では、第1章で示したような知

・出版系とよばれるべきメディア編制の過程を歴史社会的に明らかにすることを目的としている。具体的には、中世から近代にかけて知の機関として代表的な地位にあった大学というコミュニティが、その形成過程のなかで、いかに出版との関係を切り結んできたかに焦点をあてる。知と出版の交点に浮上してきたのが、「大学出版部」^{ユニヴァーシティプレス}である。印刷術の普及にもなつて出版が産業化していく過程で、イギリスの大学のなかに出版機能が取り込まれて「大学出版部」なるものの原型が用意される。そしてまた、近代大学が登場し、学問が専門研究へと変容していく一九世紀後半から二〇世紀にかけてのアメリカにおける大学出版部の編制過程をたどっていくことになる。さらに、モノグラフ出版を中心とした「アメリカ・モデル」の下、大学を中心とする知のコミュニティを駆動していくためのサブセットとして、それ自身強固な制度となったアメリカの大学出版部の今日的様態について概観する。

第3章「作品」としての知——出版の電子化と知の再編成のなかで」では、前章での歴史社会的編制をへた現在の知・出版系において、もっともアクチュアルなテーマのひとつである電子化の問題を論じる。ここではまず、学術出版の電子化においてジャーナルとモノグラフで二極化現象が生じていることを指摘するとともに、その位相の違いの底流に横たわる知へのイメージにかんじて、未曾有の大規模モノグラフ電子化プロジェクト「ヒストリー・Eブック」の展開に即して検討をくわえる。そのうえで、モノグラフの電子化が知の再編成と根深く連動していることを詳らかに論じる。

第4章「人文書」空間の生成と崩壊——近代日本における知・出版・教養主義」では、それまでの議論を踏まえて、近代日本における知・出版系を捉えなおすための試みがなされる。ここでは包括的な議論のための準備段階として、日本的学術出版システムの特徴にかんする分析が行われる。「人

文書」という独特の観念が、いかに生成し、支配的な言説として出版の世界に君臨してきたか、その過程を、電子化も含めたいくつかの視点から多角的に検討される。この議論をとおして、近代日本における知・出版系の一断面を析出することを目的とする。

終章「エディターシップの再生へ——「コト編み」としての出版^{パブリッシング}」では、近代的な知・出版系の再編成にもなつて、かつてない重要性をもつであろう営みとして、広い意味でのエディターシップに注目し、それを再生し遍在させていくための可能性を探る。

第1章 メディア・知・コミュニティ——知・出版系のメディア論

1 コミュニティ駆動装置としてのメディア

本章は、知・出版系という問題構制のポイントとなる三要素、メディア・知・コミュニティの相互関係について明らかにしていくことで、本書の基本的な枠組みを提示することを目的とする。初めに本節において、コミュニケーションを情報伝達過程と見る一般的な見方にたいし、本書では、ジェームズ・ケアリーの示唆に拠りどころを得つつ、これを儀礼的な観点から把握しようとする立場にたつことを示す。そして、ここからコミュニケーションを捉えると、それがメディアをとおしてコミュニティの生成・維持・展開に深く結びついていることを明らかにする。

第4章 「人文書」空間の生成と崩壊——近代日本における知・出版・教養主義

1 出版／読書空間としての日本

吉見俊哉はこう述べている〔1〕。「日本の出版界はこれまで、アジアの国々のなかでは例外的に分厚い自国語の市場を有し、そのなかで前衛的な知識人と大衆的な読者をつなぐ、ゆるやかな言論空間を成立させてきた」。それは「いわば出版市場の経済的な構造に支えられて、ある種の『文化的公共圏』が成立していた」状態であったと見なすことができる。ところが今日、大量消費化やメディアの多様化などによって、この「構造は、すでに日本では成り立たなくなっている」。そのため、これまで出版がはたしてきた機能を代替する手段が議論される必要がある、と。こうした見方は、吉見のみなら

ず、現代日本の知識人や出版関係者の多くに、程度の差はあれ共有されているといつてよいだろう。本章は、そこに施される長い註釈とでもいうべき性格をもつ。

序章でも述べたように、日本の出版産業は今日「危機」的状况におかれていられるといわれている。しかし従来の議論では、この問題が本来もつ重層性や拡がりについて必ずしも十分に捕捉されてはこなかった。出版産業内部でなされる議論は総じて業界論の範疇をでるものではなかったし、知識人側でなされる議論は、知とそれを下支える出版という二重構図が指定されているため、あたかも「下部構造」たる出版だけが分離代替可能であるかのようにうけとめられがちであった。あるいはまた、詰まるところ書物へのフェティッシュな信仰告白へと回帰していく言説を重ねるしかなかった(註)。こうした議論の意義と限界を踏まえたうえで、本書では、とくに知と学術的な出版の相関に着目して、歴史社会的な視点からその編制過程を(第2章)、あるいは電子化と市場化の卓越する現在の諸相を(第3章)、いずれも英語圏における展開を中心にたどり、考察してきた。ここでは知と出版は相互に浸透しあった複合的な依存関係のなかに構築されており(知・出版系)、局所的と見える問題のいくつかがじつは全域的な地殻変動に連動していることが明らかにされた。

本章では、こうした知見を踏まえて、再び日本の状況へと立ち戻ることにした。ただし、包括的かつ本格的な分析を行うことは本書の守備範囲を大きく越える。ここでは、そこにいたるための準備作業として、知と出版の日本における複合関係のなかでもっとも特徴的といえる問題を取りあげ、考察を試みる。

予告しておけば、「ゆるやかな言論空間」と「出版市場の経済的な構造」の両者を不可分に結びつきた一個の出版／読書空間として捉えるとき、その中心から「人文書」なるキーワードが浮上してくる。この「人文書」にかんして集中的な検討をくわえることによつて、近代日本における知・出版系のひとつの特徴が明らかにされることになるだろう。

2 日本の学術出版システムの特徴

まず本節では、日本の学術出版システムに概観を与える。参考のために、先述したアメリカのそれを再度まとめておこう。第2章5節において見たように、ここでは知と学術出版は複合化してきわめて制度性の高いシステムを形成していた。その特徴を四つにまとめれば以下になる。(ア)出版業績という構図が強固に固められている。(イ)その構図は、出版を研究者のキャリア形成やポスト任用に直接結びつけている。その典型がテニユアである。出版者は、知の「品質管理」を担当する「知の門衛」として大きな影響力をもつが、それは権力装置としての側面と裏腹でもある。(ウ)とくにジャーナルと異なって書籍という一般的な商品と同じ形をとらざるをえないモノグラフ——商売という観点から見れば、その「商品」性はひどく乏しい——について見れば、その出版機能を一般の商業出版から分離して大学出版部に集中させ、代わりにそこで生じる欠損を公的な助成金や補助金によって補填する体制を確立した。いわゆる「アメリカ・モデル」の成立である。(エ)ただしこの「アメリカ・モデル」という概念はあくまで近代大学の展開の文脈において理解されるべきであり、名実と

もに機能した期間は意外に短い。現在ではこの言葉は事実上指示対象を失い、規範的言説、つまり一種の建前としてのみ機能している。一九七〇年代以降、大学出版部は市場化の圧力にさらされ、いまや実質的に商業出版社と変わるところはない。

さて、日本における学術出版システムにはどのような特徴を認めることができるか。やはり四点あげてみよう。

- (1) 出版は必ずしも人事に直結しない
- (2) ジャーナル・コミュニティの不在
- (3) モノグラフ出版の分散
- (4) じつはモノグラフは存在しない

まず(1)について。日本では出版は必ずしも業績に直結していない。多くのばあい人事権を教授会が握っている日本の大学においては、ポストの任用・昇任にさいして、業績だけでなく、組織内での評価など、ほかの要素が加味されるばあいが少なくない⁽³⁾。テニユアやそれに類する制度もほとんど存在していない。したがって、相対的にいえば、出版に業績が研究者評価の「客観的」指標として機能するアメリカに比較すると、出版はさほど明確な輪郭をもっておらず、知とのあいだの結合関係も相対的にゆるやかであるといえる。出版が知にたいして行使しうる影響力は、弱いというよりも、むしろ曖昧である⁽⁴⁾。

(2)について。とくに自然科学系を中心としたジャーナルを機軸メディアとする諸分野では、業績評価の対象となる原著論文は英語で書かれ、欧米のジャーナルに投稿・掲載される志向が強い。たとえ研究活動の主舞台が日本であっても、業績評価の土俵は欧米のジャーナル・コミュニティにあるという「心身分離」である⁽⁵⁾。それゆえに、この種の分野では日本の学術出版システムは必然的に後衛に位置づけられる。窪田輝蔵が指摘するとおり、「日本には学術雑誌出版という空洞があるという事実は覆いがたい」のだ⁽⁶⁾。ジャーナル出版の不在とは、裏を返せば、日本の学術出版システムが実質的にモノグラフ出版のみで成り立っていることを意味している。

(3)について。モノグラフ出版の機能を大学出版部に集中させているアメリカとは対照的に、日本ではこの機能を多くの出版社が分散的に担っている。箕輪成男の表現を借りれば、「政府資金その他公的資金によって支えられることの少ない日本の学術出版は、多数の出版機関(その大部分は商業出版社である)が他の収益的出版事業の利益のうえに、少しづつを分担することによって成立して」きた⁽⁷⁾。これらの出版社は二種に分類することができる。専門出版社と「人文書」出版社である。前者は、日本史(たとえば校倉書房)や建築学(たとえば彰国社)、地理学(たとえば古今書院)といったように、それぞれ得意とする専門分野を明確に定め、そのなかで多様な性格の出版物を刊行するのが特徴である。こうしたあり方は出版社のひとつの様態として、日本に限らずアメリカあるいはほかの多くの国々にも通有的に見られる。

後者の代表例として、たとえば岩波書店、平凡社、中央公論新社(中央公論社)、丸善、みすず書房、筑摩書房、未來社、勁草書房、青土社などをあげることができる。この「人文書」出版社は、日本に

において特徴的に見られる様態といつて過言ではない。

「人文書」出版社については、龍沢武が整理を試みている⁽⁸⁾。それによれば、第一にあげられるべき特徴は「幅」である。分野と機能の両軸において相応の幅をもつことである。分野においては、人文・社会科学から自然科学、芸術にいたるまで広範に（出版社ごとに濃淡はあれ）カヴァーする。機能面においては、大学教科書や辞書・事典、新書、文庫など比較的市场性の高い出版物を手広く刊行する一方で、採算ベースに乗りにくいモノグラフの出版も手がける。たとえばアメリカでは、出版物の性格と版元名を一对一で結びつけることができるほど、各出版社の性格づけが明瞭である。

「人文書」出版社は多くが経営規模としては小規模零細であるにもかかわらず、「いつてみれば一社のうちに、一方の極に大学出版局を、他方の極に質の良い一般書の出版を備えている」⁽⁹⁾。さらに、近年にいたるまでコングロマリットへの吸収・合併などによって寡占化されることなく独立企業として一定の多様性を維持しながら活動してきたことも、アメリカの状況と対比したとき鮮明に浮きあがってくる相違点だといえる⁽¹⁰⁾。

(4)について。いまわたしは日本のモノグラフ出版を中心的に担ってきたのが「人文書」出版社だと書いた。だが、その表現は必ずしも正確とはいえない。「人文書」出版社の既刊書リストには、じつはモノグラフは存在していない。そこにあるのはモノグラフではなく「人文書」なのだ。この「人文書」なるものこそ、日本の学術出版システムの中心に鎮座している「御神体」にはかならない。それでは「人文書」という語が指し示すものはなにか。次節で検討してみよう。

3 「人文書」の定義？

「人文書」という言葉は、日本の出版産業内ではごく日常的に使用されている。ちよつと大きな書店に行けば、ほぼ確実に「人文書」と記された棚を見つけることができるだろう。したがって、「人文書」とはある一群の出版物を指し示す業界内部の符丁——いわゆる業界用語の一種であると、ひとまず見なすことができる。しかし、この言葉の指示対象の境界はひどく曖昧であり、厳密に定義づけようとするならば、たちまち困難に行き当たることになる。額面どおり人文学に分類される諸分野の専門書とうけとてしまつては、もつとも肝心なニュアンスを汲みとりそこねてしまうだろう。実際、当事者たる「人文書」出版関係者のあいだですら、けつしてひとつの明確なイメージが共有されていない。人文会の会報『人文会ニュース』誌上に収録された座談会「人文書の現在と未来」は、議論の内容はもちろん、こうした企画が成立すること自体も含めて、「人文書」という言葉がかなり広範で茫漠とした内容をもつことを示すものである⁽¹⁾。

座談会は、いきなり「人文書をどう定義するか」と題された節から始まる。まず、ひとりの参加者（出版社営業）によって、学問と図書の分類という観点からつぎのような定義づけが試みられる⁽²⁾。

「哲学・思想、歴史、宗教、社会、心理・教育、それから批評・評論が人文書を構成しています。学

問の流れから大ざっぱな分け方をすれば、英語で言えばヒューマン・サイエンスと言っている学問ですが、いちおうそれをベースにして書かれた本の集合、それが人文書だと思っています⁽¹³⁾。人文書を背景にした本が「人文書」であるとするこの見解は、形式主義的な、もつとも行儀のよい「人文書」理解であるといってよい。ただし、ここでわざわざ英語までもちだして強調されている「人文書」——あるいは「人文学」——の分類内容は普遍性をもつものではない⁽¹⁴⁾。心理学や社会学は、たとえばアメリカではむしろ社会科学に分類されるのがふつうだろう。中山茂のつぎの指摘を想起しよう。日本では、「つまり旧帝大の法学部、経済学部でやることが社会科学であり、文学部でやることが人文学と定義されている⁽¹⁵⁾」。

そして予想どおり、この座談会において、こうした学問・図書の種類論的理解は十全たる説得力を発揮することがない。別の参加者(書店)は反駁する。「これが人文書であると言えないというのが、われわれ現場の実感です。とくにいろいろな学問の狭間的なものが出てきたら、たいていの担当者は「それは人文でしょ」と言うわけです。「……」ですから、『幸福の科学』でも人文書なんです⁽¹⁶⁾」。ここでは特定の専門分野と結びつけた「人文書」理解が放棄され、逆に、複数の専門分野にたいして広範な影響力を行使しうる書物を「人文書」とする理解が示されている。しかも『幸福の科学』まで例にあげているところを見ると、それは必ずしもアカデミックなものでなくともよく、また、ただ複数領域にまたがるというだけでは説明しきれないことが含意されていると推察される。幅の広さというイメージは、別の参加者(出版社経営)によってさらに補強される。「人文書というのは、切り口がいくつもなければだめなんですよね。ひとつの切り口ですつぱり収まって、そこからテコでも動かな

いで済むというようなものだ、だいたい単なる専門書、純然たる学術書です。いまの学問状況、学界状況は専門分化が激しいから、五十人の学会、百人の学会というのがあって、その枠のなかでしか読まれないようなものは、そもそも出版されませんよ⁽¹⁷⁾」。特定の専門分野内で完結する狭義のモノグラフは、そもそも構造的に日本では出版が成立しえないとして、存立の可能性が否定されている。日本の学術出版システムにはモノグラフ出版は存在せず、それに代わって「人文書」が全域化している、ということだろうか。

先述したように、龍沢は「人文書」出版社の特徴を「幅」に求めた。それにならえば、「人文書」そのものもまた、「幅」をその特徴としているといえる。一例をあげれば、翻訳書である。たとえばハーバード大学出版局から刊行されている三冊のモノグラフ、*The Literary Underground of the Old Regime*、*The Great Chain of Being: A Study of the History of an Idea*、*Actual Minds, Possible Worlds*は、日本ではそれぞれ岩波書店、晶文社、みすず書房から邦訳出版がなされている⁽¹⁸⁾。欧米の専門書の翻訳出版は「人文書」出版社の活動の中心に位置づけられてきた。だからこそ、「ポスト構造主義や西欧現代思想の主要な著作のほとんどすべてを、日本語訳で読むことができる」ようになった⁽¹⁹⁾。このことは日本の知のシステムが、歴史的に欧米の学問の「輸入」という側面をもつものとして形成されてきた証左でもあるのだが、ここで述べたいのはそういう話ではない。翻訳すべき書目の選定にあたっては、「人文書」出版社によって、相対的に幅広い関心を集めうるような書目が慎重に選ばれてきていることに注意が払われるべきだ、ということである。

「人文書」は二重の「幅」のなかで成立している。「人文書」を中心とした出版活動を行う「人文

書」出版社の活動は、扱う領域においても出版物の性格においても、各社それぞれ多様性という「幅」をもっている。それと同様に、個別の「人文書」も、特定の専門分野を越えた訴求力をもつ必要があるという意味で「幅」をもつ。いうまでもなく、こうした「幅」とは、あらかじめ書物や原稿のなかに埋め込まれているわけではない。そこにはつねに、複数領域にまたがって相対的に幅広い関心を接合すべく、さまざまな形でエディターシップが発動されてきたことを見逃してはならない。モノグラフが本質的に専門研究者コミュニティ内へのインパブリッシュであることを志向するのにたいして、「人文書」では、インパブリッシュを核としながらも、専門コミュニティ外部へのアウトパブリッシュをも視野に入れて、インとアウトを両立させるべく努力されてきたといえるかもしれない。好意的に見れば、これは日本の出版の市場規模のなかで、本来ならば成立が困難なモノグラフ出版を可能にするためのひとつの方策と考えられなくもない。確かなのは、「人文書」の存在こそが、日本の出版産業が「アジアの国々のなかでは例外的に分厚い自国語の読者市場を有してきた」ことを背景に「前衛的な知識人と大衆的な読者をつなぐ、ゆるやかな言論空間を成立させ」ることを可能にしたひとつの重要な要素だったことである⁽²⁰⁾。

ここで疑問が浮かぶ。創意工夫によって「幅」をもたせたものが「人文書」だというならば、それはアメリカでいうミッドリスト (midlist) —— 専門書と一般書の間的小冊子 —— とどこが違うのか。

たしかにわれわれは、これまで見てきたようにして「人文書」を実体的概念として理解しようとするとき、つねに、周回をつづけるばかりで一向に核心へと切り込めないもどかしさを感じざるをえない。じつをいえば、「人文書」を「人文書」たらしめた決定的要因は別にあるのだ。これについてはのちに詳述しよう。その前に、出版流通システムという観点から「人文書」の姿を眺めておく。「危機」はここにも見出される。

4 「人文書」の「危機」——出版流通システムとその「終焉」

しばしば都合よく忘れられることだが、アカデミックな書籍出版だけが商業的な書籍出版のシステムから切り離されて成立したことは、日本ではこれまでほとんどなかった。書籍出版を前提にするならば、アカデミックな出版活動だけでは出版主体の経済的自立という条件を満たすことができず、また経済的自立がない限り、アカデミックな出版活動を継続させることは不可能に近い。アメリカで、公共セクターによる経済的支援を前提とした大学出版部の「アメリカ・モデル」が実効性を失って久しいことは、すでに述べたとおりである。

モノグラフ——あるいは「人文書」——に代表される学術書籍の出版活動は、同じ学術出版といっても、ジャーナルのそれとは異なる二重構造の上に成立している。基本的に同一ないし隣接関連分野の専門研究者にたいして書かれるものでありながら、一般書籍と同様の「商品」として一般書籍市場をつうじてデイトリビュートされる(1章4節)。これは、ロジェ・シャルチエの指摘にあるとおり、書物が「靈感と商品」という二重性の接合点として編制されてきた歴史的経緯の反映である⁽²¹⁾(3章4節)。したがって、アメリカでも日本でも、あるいはフランスでも、国民国家の傘の下に相対的に

独立した出版システムと知識生産システムをもつところならばどこにおいても、モノグラフ出版はこの二重構造のなかに成立している。

そして今日アメリカで「モノグラフ・クライシス」といわれるように(2章5節、3章3-4節)、日本でも「人文書」の「危機」が叫ばれている。しかし、同じく「危機」とよばれていても、両者のあいだには大きな違いが横たわっている。アメリカでいわれる「危機」は、学術出版を担うべきセクターの商業化に起因するものとして主に研究者側の視点から捉えられているが、経済規模としては出版市場全体も大学出版部も成長がづづいてきている(2章5節)。これにたいして、日本で「危機」を語る多くがもっぱら出版産業内部の人間であり、そこでいわれる「危機」とは、「人文書」の販売低迷とこれに起因する「人文書」出版社の経営環境の悪化をさす。かててくわえて、出版流通のシステム全体への信頼が根本から揺らいでいるという点において、事態はよりいっそう深刻であるといえる。

背景には、「人文書」のみならず、市場全体が継続的に大幅な縮小を経験しつつあるという事実がある(序章)。二〇〇二年の売上高(書籍と雑誌合計の実売)は、一〇月が一兆九三五三億円で、前年同期比三・七パーセント減、五年連続の前年割れが確実といわれている²⁸⁾。こうした状況の捉え方には二つの立場がある。たんに日本経済全体の低迷の影響と限定的に捉えるか、あるいは日本の出版流通システム全体が「制度疲労」によって「終焉」を迎えつつあると見るか、である。両者の違いは、現行の出版流通システムの有効性をどこまで認めるか、その見きわめ方に起因している。

それでは、日本の出版産業における流通システムとはどのような特徴をもつのだろうか。出版社―取次―書店からなる現在の日本の出版流通システムを、近世の和本を中心とした出版流通システムと區別して「近代出版流通システム」とよんだのは、小田光雄である²⁹⁾。一九世紀末葉(明治二〇年代)を起源とするこのシステムは、私見によれば、一九三〇―四〇年代の総力戦体制下において実質的な完成を見、現在にいたっている²⁴⁾。日本の「近代出版流通システム」は、たとえばアメリカの出版流通のしくみと比較すると大きく異なっている。前者が比較的多様で柔軟性に富むとすれば、後者は一元的で排他的かつ官僚的である²⁵⁾。しかも、一般的な流通のしくみと比べても特異な様相を呈しており、出版産業の外部者にはひどく全体像の見えにくいものとなっている。その特徴として、(i)極端な流通寡占、(ii)委託・再販制(再販売価格維持制度)、(iii)雑誌と書籍の一元流通の三点をあげておこう。

まず(i)について。出版物の流通経路は複数あるが、今日その七〇パーセントが「取次」とよばれる出版卸業者によって行われていると見られている。これを「取次ルート」という²⁶⁾。ところが、出版社数が約四〇〇〇社、書店店舗数が約二万店といわれるのにたいして、取次の数は五〇社ほどにすぎないうえ、全取扱量の約七五パーセントがトールハンと日本出版販売(日販)という二大取次によって占められる極端な流通寡占状態となっている²⁷⁾。取次の主要機能は配送、補給、金融の三点にある²⁸⁾。後述するように、出版物が法定再販商品かつ委託品であるうえに、流通における金融機能までも握っていることが、取次に通常の卸業とは一線を画す独特な位置をもたらしている²⁹⁾。

このような極端な流通寡占状態が出版流通システムにおよぼしている影響力は、木下修によれば六次に整理できる³⁰⁾。(a)出版社や書店は、複数ある流通経路のなかでも、取次ルートに依存せざるをえず、取次への取引依存度が高くて高い。(b)なかでも二大取次のシェアは圧倒的で、出版社から

の商品調達と書店への商品供給の両面において巨大なパワーをもち、全国の主要書店を系列下に収めている。(c) 二大取次は、書籍、雑誌、コミックなど種々の商品を総合的に取り扱っており、専門取次のシェアも奪っている。(d) 取次は代金回収機能だけでなく、委託品の条件払い(仮払い、内払いともいう)まで行っており、その金融機能は出版流通全体を左右するほどの力をもつ。(e) 出版社や書店の有力企業と比べて、二大取次は圧倒的な売上高があり、それを背景にした市場支配力をもつ。(f) 個別の取引においては、二大取次による優越的地位の濫用が起りやすい。具体的には、中小出版社・書店、新規参入者などのハンディをもった取引先だけでなく、あらゆる取引先が優越的地位の濫用の対象となる可能性がある。以上からわかるように、今日、大手取次は「物流・商流そして金融を掌握し、取次管理型の取引システムと流通機構を形成・整備し、川上(出版社)と川下(書店)をコントロール」する立場にある(32)。つまり「ゲームの主宰者でありゲームのルールをつくる者」なのだ(32)。

つぎに、(ii)の委託・再販制をとりあげる。委託制と再販制がセットになっているところがポイントである。

一般的に、生産者(メーカー)が小売店での販売価格を決定すること(再販売価格維持行為)が独占禁止法で禁じられているため、小売店によって商品の値段が異なるのがふつうである。ところが、独占禁止法二四条の二によって、出版物(著作発行者)は公正取引委員会の適用除外の指定をうける必要のない法定再販商品とされている(33)。これにもとづき、出版社、取次、書店が再販売価格維持契約を交わすことによって、日本中どの書店でも出版物が同一の定価で販売されることを可能にして

いる。これが再販制(再販売価格維持制度)である。

法定再販商品であるために、出版物は原則として値引き販売されることがない。流通の各段階でのマージンもほぼ固定化されている。出版社が取次へ卸す「出版社卸し正味」が定価の七〇パーセントだとすると、取次が書店へ卸す「取次出し正味」が同じく七八パーセントで、取次のマージンが八パーセント、書店が二パーセントとなる。しかしこれは一律に決まっているわけではなく、出版社、取次、書店の力関係によって微妙に異なっている。出版社卸し正味が七四・五パーセントの高正味もあれば、六八パーセントあるいはそれ以下という例もある。また、文庫や雑誌などでは別の正味体系が適用されている。

再販制は出版業界の存立の基本として、日本書籍出版協会(書協)や日本雑誌協会(雑協)などの主要業界団体および有力関連企業はこれを堅持すべきことをつねに訴えてきた。一方、公正取引委員会は、一九七〇年代以降、断続的に再販制の見直しを行ってきた。その結果、一九八〇年には、公正取引委員会が一部非再販商品の流通を可能とした新しい再販制を実施するにいたった。一九九〇年代に入ってからも再販制の再検討が行われ、一九九五年には廃止の方向性を打ちだした中間報告書がまとめられたものの(34)、けっきょく二〇〇一年三月、弾力的運用を条件に当面の存続が決定された(35)。この間猛烈な再販擁護——再販維持と皮肉る声もあった——キャンペーンを張った出版(および新聞)業界の各団体——そこには出版労連(日本出版労働組合連合会)も含まれる——は、望みうる最良の決定とする「勝利宣言」をだした(36)。その一方で、市場における競争を排除した法定再販制という護送船団方式こそが「出版不況」の根本原因であるとする声も少なくない。興味深いことに、

出版不況を扱った業界本の多くが、スタンスこそそれぞれに異なるものの、総じて委託・再販制にたいして懐疑的である(序章)。

委託制とは委託販売制のことである。一般的には、メーカーから小売店などの再販業者へ製品を出荷するさい、製品の所有権を再販業者が販売を終えるまでメーカーが確保する販売形態のことをいう。再販業者は実際に販売を完了するまで代金を支払わなくてもよく、またメーカーは再販価格をコントロールできるうえ、中小企業であっても大規模な再販業者と取引できるといふ利点がある。出版業界では、専門書の一部——たとえば医書——と、特定出版社——たとえば岩波書店や未来社——をのぞくと、ほとんどが返品可能な委託販売制をとっている(37)。ただし一般とは大きく異なる点がある。取次ルートのない、出版物の代金の支払方法は、販売が完了した時点で支払われているわけではない。

取次から書店への代金請求は、見計らいの委託品も注文品(原則として買切扱い)も区別なく、当月期締切の金額請求であり、委託期間終了後の精算ではない。売れていない委託品も即請求であることから、「とりあえずこれだけ」といった支払い方法をとるところも多い。一方、取次から出版社への支払いは、委託品については、委託期間(雑誌は三カ月間、新刊書籍は六カ月間)終了後、返品分を差し引いて精算されるが、納品の翌月に内払いを行う出版社(大手・中堅出版社の大半)もあり、注文品は返品が見込まれたとしても、原則として納品の翌月に金額支払われる(38)。

そのために、出版流通におけるカネの流れはきわめて複雑であり、その全体像を把握することは容易ではない。というよりも、おそらく不可能である。

また、内払い(条件払い)の制度は、新刊点数の異常ともいえる増加を招く直接の原因となっている(39)。出版物の売れ行きが悪くなった出版社がまず行うことは新刊点数を増やすことだからである。これによって、取次からの当座の入金金額を確保することができる。しかし、二―三カ月たつて新刊の返品時期を迎えると、大量の返品が戻ってくることになる。下手をすると返品分の金額のほうが新刊分を上回ることもある。それを避けるため、出版社はまず新刊刊行に拍車をかけることになる。さらにいえば、このように新刊分が翌月に内払いされるのは、すべての出版社にたいして等しく行われるわけではない。それは、ほかのさまざまな業界慣行と同じく、あくまで取次と出版社との力関係で決まるのであり、それだけでなく複雑なカネの流れを、よりいっそう面妖なものにしている。

以上のことから、委託・再販制にもとづく出版社―取次―書店による日本の「近代出版流通システム」は、基本的には大規模出版社が発行するマス雑誌を全国津々浦々において同一価格で同時に販売することに照準して組織されたものであることがわかる。毎週毎月刊行されるマス雑誌が安定して売れていく市場状況を前提としたうえで、書籍、とりわけ「人文書」は、「ある一定の市場在庫と安定した書店数と新刊点数、ロングセラーによって利益をあげる「産業」引用者註「構造」にあった(40)。じじつ「人文書」の原価計算方式は、多くのばあい初版印刷部数をすべて売り切っても利益がでるようにはなっておらず、重版になり、それが売れて初めて利益があるしくみになっている。(41)であげたように、日本では雑誌と書籍が一元的に流通されているが、もう少し正確にいうならば、雑誌の

流通システムのなかで、書籍もデイストリビュートされると捉えられるべきであろう⁽⁴¹⁾。

雑誌と書籍の実売総金額の推移を見ると、第二次世界大戦後の日本の出版産業は、書籍の優位がづづいてきた。一九五四年から雑誌優位に転じるものの、しばらくは拮抗状態がづづいてきた。一九七五年と一九七七年、一九七八年はいったん書籍優位になる。しかし以後は雑誌の成長率が書籍のそれをはるかに上回る⁽⁴²⁾。同じ時期から著しく成長を始めるのがコンビニエンスストアであった。今日もっとも売上高の高い出版物の小売業者が、紀伊國屋書店や丸善ではなくセブンイレブンであることを考えると、両者は大きく関係していると思われるべきであろう。さらに、一九八〇—九〇年代にかけて、主として郊外型書店の出店ラッシュにより、書店市場が急激に膨張する、いわゆる「書店バブル」現象が生じた。これを契機として、この「近代出版流通システム」はみずから幕を引きつつあるというのが小田の見立てである⁽⁴³⁾。一九七六年からの二〇年間で、書店坪数は四・六倍、総在庫は六・七倍に増加したのたいして、書店売上は二・二倍になったにすぎない⁽⁴⁴⁾。ちなみに、書籍新刊点数は一九八一年に二万九三六二点だったものが、九〇年に四万〇五七六六、九六年に六万〇四六二点、二〇〇〇年に六万五〇六五五点と二〇年間で二倍以上に増えたにもかかわらず、既刊書も含めた書籍総発行部数は、一九八一年に一〇億九〇二五万冊、九〇年に一三億九三八一万冊と増えてきて、九七年に一五億七三五四万冊に達したあとは毎年減少し、二〇〇〇年には一四億一九八六万冊と、ほぼ一九九三年の水準に戻っている⁽⁴⁵⁾。

「書店バブル」とは、「委託・再販制」という護送船団方式によって、書店市場が仕入れリスクを持たないまま肥大化してしまったことを意味⁽⁴⁶⁾する。この膨張を支えてきたのは、雑誌、コミック、文庫といった大量生産・大量消費を旨とする出版物の増加であった。その一方、回転率の低い書籍——その筆頭にあげられるべきなのが「人文書」である——は書店店頭で陳列される期間が著しく短縮された。ただでさえ「かたい本」が読まれなくなっている状況のなかで、もともと既刊書で利益をあげる構造にあった「人文書」出版社は軒並み苦況に陥ることになった。長く編集者として活躍してきた津野海太郎は、雑誌『季刊・本とコンピュータ』創刊にあたって、既存の「人文書」体制を下支えしてきた外部環境が息苦しくなってきたことに言及している。

質の高いあまり売れないであろうという本でも、これまで相当の量を出版してきたわけです。発行点数の三分の一くらいはそういう本で、そのマイナス分をほかの本の売上げで相殺してやってきましたのですが、それがほとんどできなくなってしまっているのが現状です。「……」[出版状況がよかったのは]引用者註「六〇年代から七〇年代ぐらいままででしょうか。その頃は小さい出版社が無名でも出した本があればまだやれる余地があった。そういう出版社でも、そこそこ堅実にやっていたら出したいものが出版できたんです。ところが、八〇年代の頭を過ぎると急速に売れなくなってきた、かなりの宣伝をしないと売れない、大量に配本しないと売れないという状態が現在も続いています。」⁽⁴⁷⁾

書店市場の膨張は、出版社にしてみれば返品される可能性の高い大量の市場在庫をかかえることを意味している。出版市場全体が縮小しているなかで、大量の返品ラッシュが始まれば、出版社を一気

に直撃する。返品額が新刊刊行額を上回れば、そのぶんを取次に支払わなければならない「逆ザヤ」現象が生じる。それが一定の線を越せば、もともと経営規模としては中小零細で体力の弱い「人文書」出版社の大半は、たちまち資金がショートしてしまうだろう。さらに小田は、二大取次の書店にたいする売掛金が膨大な額にのぼり⁽⁴⁸⁾、書店総在庫を上回っている可能性が高いことも指摘している⁽⁴⁹⁾。このことは、書店市場が全体として債務超過状態に陥っている可能性を示唆するものである。それにもかかわらず、出版業界には危機感が希薄であり、また「文学者も評論家も学者もよって立つ場所が消滅してしまうかもしれないというのに、何も知らないで能天気なことをいつている⁽⁵⁰⁾」。二〇〇一年二月七日、岩波書店をはじめとする「人文書」を中心に扱ってきた専門取次、鈴木書店が自己破産申請を行った⁽⁵¹⁾。負債総額は約四〇億円、四二〇社にのぼる取引出版社への未払金は三〇億円と報道された⁽⁵²⁾。象徴的だったのは、鈴木書店の経営難が深刻化した同年九月以降、主要取引出版社——そこには多くの有力「人文書」出版社が含まれる——は、表向きには鈴木書店支援を口にしながらも、ついに結末して協力態勢を築くことができなかつたことである⁽⁵³⁾。「人文書」出版社の疲弊しきつた姿を端的に示すものであった⁽⁵⁴⁾。

こうした現実には、「人文書」の存立ばかりでなく、それを機軸にした知のコミュニティの維持を今後いっそう困難なものにするだろう。

5 電子メディアは「危機」を克服できるか

「人文書」の「危機」から脱けだすための方途を模索する動きはいくつかある。一例をあげれば、複数の「人文書」出版社が連合して取り組んでいる「書物復権」である。読者からリクエストを募り、それにおうじて品切れや絶版状態になっていた既刊書の共同復刊を行うもので、一九九七年より毎年行われている⁽⁵⁵⁾。そうした動きのなかで、「危機」的状況の打開を書物の電子化に託そうという試みがある。それらは、第3章で見たロバート・ターントンのヒストリー・Eブック・プロジェクト——電子化モノグラフによって「モノグラフ・クライシス」を克服しようと考えた——と、まさしくパラレルな構図にある。代表的な例として、雑誌『季刊・本とコンピュータ』と、日立デジタル平凡社をあげることができるだろう。津野海太郎による前者のプロジェクトが現在も活動継続中であるのたいてい⁽⁵⁶⁾、後者は四年間の活動の末、二〇〇〇年三月に解散した。ここでは後者の展開について概観していくことにする。

日立デジタル平凡社（HDB）が設立されたのは一九九六年一〇月である。名前からわかるように、日立製作所と平凡社の合併会社であり、資本金一億円のうち、五一パーセントを前者が、四九パーセントを後者が出資した。ハードウェア会社と出版社の合併事業は日本ではめずらしい。オフィスは、当時、目黒区碑文谷にあった平凡社の社屋内におかれた。設立時の社員三〇名は両社からの出向者に

よって構成された。全体の責任者として平凡社から派遣されたのが、長く『世界大百科』の編集責任者を務めてきた龍沢武である。HDDHの構想は、もともと龍沢の発案によるものだった。

HDDHの事業目的は、『世界大百科』を機軸とする辞書・事典類の電子化にあった。設立にあたって平凡社は、同社の百科事典の「電子化権」なるものを設定し、これを日立に譲渡する形をとった⁽⁵⁷⁾。

平凡社にとって、百科事典は文字どおり看板事業であった。一九三五年に『大百科事典』(全二八巻)を、一九五五年からは林達夫を編集長とする『世界大百科』(全三三巻)を刊行してきた。一九八一年に平凡社は経営危機を迎えるが、資産を売却した資金で、進行中だった加藤周一を編集長とする新『世界大百科』(全三三巻)を刊行させた(一九八五―八八年)。この新『世界大百科』は、編集委員だけで五二〇人、執筆者七〇〇人、八万五〇〇〇項目、七〇〇万字、四〇万の索引語、日本の百科事典としては空前の規模をもつものだった。企画から出版まで十年がかりの大事業であり、その間におよそ一〇〇億円にのぼる資金が投じられた。いうまでもなく、投下資金の回収が可能になるのは、実際に出版が開始されてからのことになる。しかし、新『世界大百科』の刊行される一九八〇年代、百科事典の売れ行きはすでに下降局面にあった。一九七〇年代には年に一〇万セットも売れたのだが、一九九〇年代にはその一〇分の程度にまで落ち込むことになった。数十巻におよぶ冊子体の物理的ヴォリュームが販売不振の主要因であると考えた平凡社は、打開策として電子化を検討しはじめた。そして大日本印刷の仲介によって一九九二年、NECと共同で、同社のパソコンPC9800シリーズ用のMS-DOSアプリケーションとして、CD-ROM版『世界大百科』を発売した。ただし

これはテキスト中心のもので、龍沢自身の表現を借りれば、「紙印刷の百科事典をボンとCD-ROMに放り込んだというのに過ぎな」かった⁽⁵⁸⁾。一九九四年には『エンカルタ・エンサイクロペディア』日本語版の製作にあたってマイクロソフト社から提携をもちかけられるが、対等なパートナーというよりは下請け的な条件を提示されたため、最終的に断ったという経緯もあった。けっきょくマイクロソフトは、かつて平凡社で新『世界大百科』の編集にたずさわった元社員たちを組織して、自前でローカライズを行い、一九九七年二月に発売した⁽⁵⁹⁾。業界誌は、デジタル百科事典の日米対決と書きたてた⁽⁶⁰⁾。

HDDHは、設立から七カ月で最初の製品『マイペディア97』の発売にこぎ着けた(一九九七年五月)。「エンカルタ」発売の三カ月後だった。売れ行きは、『マイペディア97』が六万本、翌年発売された『同98』が四万本だった⁽⁶¹⁾。経営的にけっして楽ではなかったであろうことは想像に難くない。さらに、その後『世界大百科』の電子化をすすめ、一九九八年三月に発売(CD-ROM二枚組)、同年一〇月にはDVD-ROM版も発売した⁽⁶²⁾。

百科事典の電子化という発想自体は、特別斬新なものではない。それはもともとリニアな構造を志向しておらず、原理的には——あくまでも原理的には——ハイパーテキスト的なデータベースと見なすことが可能である。現にマイクロソフトは最初のCD-ROM商品として『エンカルタ』を計画したのだし、ブリタニカやOEDDといった英語圏の主要な辞書・事典類の電子化は早い時期に行われた。これらと比較してHDDHの試みに重要な点があるとすれば、電子化された百科事典の位置づけ方にある。

一般的にいつて、『エンカルタ』などの電子化百科事典は、パッケージとインターネットとを連動させるのが今日の趨勢である。冊子体のようにそれ自体で完結させる必然性がない以上、オンラインで頻繁にアップデートを行うことが顧客——読者というよび名は相応しくなろう——をつなぎとめる有力な手段となるからだ。HDDでも一九九九年四月にはポータルサイト『ネット百科@Home』を開設した。ただし、そこで企図されていたのは、たんなる顧客サービスとしてのネットワーク接続機能ではなかった。電子化百科事典を、膨大な知の集積体としてだけでなく、逆にそこから知の先端へと還流していくための「ゲートウェイ」として見なし、あらゆる知をネットワークさせることが構想されていた。龍沢はこう述べている。「ある限られたタイトルごとの電子化提携では、本格的な展開は望めない。百科事典をデータベース化し、それをコアにする電子出版を立ち上げるためには、大規模な連合構想を立てなければならぬ⁽⁶⁾」。このとき龍沢の念頭にあったのは、年々苦しくなる「人文書」の出版環境であった。電子化によって「人文書」を救う——それが龍沢のテーゼだった。「人文書」を電子化することによって、大量消費への傾斜著しい既存の出版流通システムを迂回することができると考えたからだだった。さらに、あらゆる電子化「人文書」を、出版社の枠組みを越えて相互に連絡させる。電子化百科事典はその中核に、いわばインデックスとして位置づけられることになる——。

このように、百科事典の電子化を契機に知の「連合構想」を打ちたてることを夢見たHDDの壮大な試みは、おそらく世界的に見ても類のない挑戦であったといえるだろう。ただし、本書の立場から見ると、それは本質的な矛盾をかかえていたことを指摘しなければならない。つまり、ここでいう知の「連合構想」とは、一八世紀以来百科事典的なるものの存立の根幹にあった普遍的な知の総体の換喩というイメージそのものにはかならない、ということである。すでに本書の読者にはおわかりのとおり、既存の百科事典がこのような世界性をもつことができたのは、「閉じられた」空間性の具現としての冊子体という物理的支持形態がそれを担保していたからであった(3章4節)。したがって、百科事典が冊子体を失って電子化され、データベースと見なされるようになれば、必然的に冊子体百科事典のもつ空間性、すなわち世界性が失われる⁽⁶⁾。にもかかわらず、知の「連合構想」の基底にあったのは、この空間性ないしは世界性だった。だからこそ、電子化百科事典が「中核」になりうると信じられた。なにか「中核」たりうるかということが問題なのではない。世界性の「溶解」後を考えるのならば、限定された空間内の秩序を前提とした「中核」という概念にも疑義が差し挟まれなければならないのだ。

いずれにせよ、HDDはこの知の「連合構想」をまっとうすることはできなかった。世界性云々という抽象的なことが要因だったのではない。本体である平凡社の経営状態が急速に悪化したのである。この事実、たんに一出版社の経営問題としてのみ捉えられるだけでは不十分であろう。一般に既存の体制は、すでに確立された表現様式と生産様式を内面化しているため、その内部から新しい展開を生み出すことは容易ではない。この点で、HDDは健闘したと称えられるべきであろう。また逆に、HDDの挫折から出版の電子化への懷疑という結論を引きだすのも性急である。既存のメディアが電子化を図ろうとするばあいには半ば必定として、既存の産業構造の根幹を温存したまま、経路だけを電子化しようとする。そこには、メディア論的理想力の欠如というだけでなく、新興メディアの台頭

にたいする無意識の防衛的反応ということもあるだろう⁽⁶⁵⁾。しかし、既存メディアの電子化には、社会的・文化的な既存の営み全体の再編成を不可避にともなうはずである。HDHの知の「連合構想」は、大きな可能性を秘めていたと同時に、明らかな限界を内包していた。本質的には、冊子体を機軸として構築されてきた文化的枠組みから自由な発想を得ることができず、現実的には、既存の「人文書」出版の体制を温存したまま電子環境にフィットさせていくことを主眼とせざるをえなかった。

二〇〇〇年三月、HDHは解散し、『ネット@Home』は日立システムアンドサービスに移管された⁽⁶⁶⁾。同年九月、龍沢は平凡社を離れた。一〇月、平凡社は減量経営を断行することを発表した。

6 教養主義と「人文書」空間

ところで、そもそも「人文書」が現在の苦境から救出されなければならないのは、自明なことなのだろうか。

もし現状が、たんになんらかの理由によって、本来届けられるべき「人文書」が、届けられるべき読者に届いていないのだとしたら、その障害を取り除くか、回避する手だてを案出すればいいだろう。「人文書」の「危機」を論じる議論の多くは基本的にこの構図を前提にしたものである。けれども、

その先にいるはずの読者がじつは気づかぬうちに不在になったのかもしれない。あるいは「人文書」のあり方自体が読者の要求からズレてしまっているのかもしれない。「人文書」の「危機」はあらためて検討される必要がある。

「人文書」出版社側から見たとき、先述した津野の言葉にあるように、現在の日本の出版状況は息苦しく、消費的にすぎるように映る。みず書房の前社長・編集長、加藤敬事もまた、「教養新書」とよばれる廉価で小型のペーパーバック」の氾濫とインターネットの興隆のなかで、「人文書」のよくな「かたい本」が衰退している風景は、「出版衰亡史」の第一章とさえ映」と述べている⁽⁶⁷⁾。岩波書店社長の大家信一はあるシンポジウムにおいて、書物の「根幹をなすものは、何といても人文系・社会系の、難しい言葉でいえば「思想」であるといい、それが「危機的に状況に置かれていることに対しては、徹底的にあの手この手で戦って、回復していかなければならない」と発言している⁽⁶⁸⁾。

こうした「人文書」の衰退の背後には読者の衰退がある、と「人文書」出版社側は見る。大家は、同じシンポジウムのなかで、一九六〇年代末の『岩波講座哲学』が一〇万部売れたにもかかわらず、一九八〇年代には同種の出版物の売れ行きは二万部となり、一九九〇年代には五〇〇〇部まで凋落した例をあげ、大学人や大学生だけでなく、「昔は大学に行きたくても行けない人がいた。そういう人たちは、哲学の講座的な本を一生懸命読んでくれた」からではないかという考えを示している。そして、高等教育が普及した今日では、そのような「懂れ」としての読者は消滅し、大学生のレベルも「岩波新書は難しくて読めない」という学生がいるほどまでに低下した、と嘆く。

この大塚の発言にたいして批判をくわえているのは、ノンフィクション作家の佐野真一である。

読書力というものがもしあるとすればと仮定しての話だが、大塚は読書力のバロメーターを岩波の本との関係だけではかろうとしている。ここで語らなければならぬのは、読者の変質ではなく、版元がその読者にどれだけ届く本を提供できたかである。ここには文化の変容が被害者のに語られていても、それににじりよる企業の実力は語られていない。東大法学部の学生が岩波新書を読まなくなったのは、単につまらぬ本だったからだけなのかもしれない。⁽⁶⁾

佐野のいうとおり、たしかに「人文書」出版社の現状認識は、被害的な気分の中かにどっぷり浸ったものである。かつてのように、一定の売れ行きが安定的に見込まれるのが「人文書」の本来の姿であって、現在の苦境の根本原因は外部環境の激変にあり、出版流通の問題ばかりか、知や教養の崩壊ないし衰弱という憂慮すべき事態の進行の現れではないか——⁽⁷⁾。「人文書」出版社は「人文書」の存在を自明視し、みずからの立つ場所の地層と、営み自体の力学を問う視線を養成してはこなかった。そう難じられても仕方なからう。

けれどもその一方で、佐野の批判が一面的であることも指摘されなければならない。読者の変質もまた語られなければならないのだ。なぜなら、「人文書」を「人文書」として成立させてきたのは、それをたんなる専門的な内容をもつ書籍としてではなく、それ以上の「なにか」と見なすまなざしにあったからである。このような心性は、たとえば、先述した、「人文書」の専門取次、鈴木書店の自

己破産のさいの「識者」のコメントによく現れている⁽⁸⁾。「良質の硬派の本が流通しにくい世の中というのはどう考えればいいのか。知性や教養を支える土台自体が壊滅的な打撃を受けているような気がしてならない」「学生が本を読まなくなった。学術書が売れないのも当然で、本を読まないことが恥ずかしいとも思っていない。「……」授業をするのも大変で、教養を吸収していく力は落ちる一方だなど何度痛感したことか」。また、「良書の流通に暗雲」という見出しを掲げた新聞もあった⁽⁹⁾。

「良質の硬派の本」「教養」「本を読まないことが恥ずかしい」「良書」といった言葉に注目してほしい。これら発言の基調をなすのは、「人文書」が人格修養と不可分なものであるとする認識である。参考までに指摘しておけば、アメリカにおける「学術出版の危機」の文脈では、このような趣旨の発言はほとんど見られない⁽¹⁰⁾（第2章および第3章）。「人文書」を「人文書」たらしめてきたのは、このようなまなざしの持ち主たちであった。それはまず読者であり、そして著者や編集者、書店人などの出版関係者たちである。「人文書」とはかれらの共犯行為のうえに成立してきたひとつの観念なのであり、それが支配的な言説として強力に作動してきたのが、近代日本の出版／読書空間だったのだといえる。

読者とは何者だろうか。それはけっして真空のなかに中立的にあらかじめ存在しているわけではない。永嶺重敏によれば、「活字コミュニケーションを媒介にして、作家と読者、出版者と読者、読者相互」が相互に結びつけられた「読書社会」が成立するのは一九世紀末葉、明治二〇年代後半から三〇年代にかけてである⁽¹¹⁾。そこでは書物は「文化財」だった。「文化財」たる書物は、流通・販売機構の整備と⁽¹²⁾、都市新中間層の成立にともなつて⁽¹³⁾、大正末期から、円本ブームの起こる昭和初期

の時期にかけ⁽⁷⁾、「文学や思想が金になる」ような状況を成立させていった⁽⁸⁾。そのことは、とりもなおさず、「文学や思想」を扱った書物が売れたことを意味しているし、それを購入する一定数の読者が存在したことを意味している。「文化財」たる書物は、文学や思想の象徴である。大塚のいうように、「実際に」必要とする読者のまわりを取り囲むようにして、「懂れ」としての読者の現出を見た。そのことよって、本来専門家コミュニティというごく少数の読者しかもちえず、採算ベースに乗せようのないはずの人文・社会科学系のモノグラフもまた、専門家の周辺に位置する非専門家たちを巻き込む一定規模の書物のコミュニティを成立させる余地が生じ、それが「人文書」なるものを成立させる基盤となった、とひとまず考えることができる。

一九四五年にみせず書房を創業し、一九九〇年まで編集長を務めた小尾俊人は、「読書人階級（リディング・パブリック）」と題する文章を記している。

五〇〇部から三〇〇〇部の部数を支える読書人階級というものが、明治いらいの日本の近代化の過程で形成されてきた。新聞・雑誌・単行本の筆者たち、大学の先生たち、それに都会へ集まってきた学生たち、村の先生や寺の住職・神主など、文字に親しむ点で共通な一つの世界——ここに一つの公衆^{パブリック}が現れた。それは、一つには日本の印刷人や出版人の協力の結果といえると思う。それは自主的な読書活動と判断力を尊重する人びとである。⁽⁹⁾

この小尾の認識は、「人文書」が対象としていた読者に具体的な像を与えたものとしてしばしば言及される。そしてこの像は、昭和初期における「読書階級の人」が知識階級とほぼ同義で用いられ、教員・官吏・サラリーマンといった都市新中間層に学生をくわえた学歴エリート階級であったとする永嶺の指摘とも符合する⁽¹⁰⁾。永嶺によれば、非読者であった労働者階級が読書習慣を獲得していくことにもなつて、それまで自明であった「読書階級意識に深刻な動揺を引き起こさざるをえな」くなつた。そこで「知識階級はこのような危機に対応するために、大正半ば以降改めて自らを読書階級として再構築する戦略にとりかかる」。こうしてかれらはまず、講談雑誌の読者たる労働者階級にたいして、大正・昭和期に成立した総合雑誌の主要読者となった。しかし労働者階級のなかにはそれから総合雑誌の読者となる者も現れだした。読書階級にとつて、その社会的威信を象徴したのは書物をおいてほかにはなかつた。永嶺は、かなり苦しい家計にもかかわらず、「絶体絶命の心的糧食」であるとして、八五円の月収のなかから毎月五円を捻出して全集物と岩波文庫の購入にあてることを止めない東洋製鉄株式会社社員の例を紹介している。

この会社員が生活苦をかえりみず購読をつづけているのが岩波文庫である点に注目しよう。しばしば「講談社文化」にたいする「岩波文化」として概括されるように、一九一三年（大正二）に創業した岩波書店は、こうした読書階級Ⅱ知識階級Ⅱ学歴エリート階層を枠づけていた教養主義の象徴的存在であった⁽¹¹⁾。教養主義とは、大正期から昭和初期にかけて、旧制高等学校を中心に花ひらいた学歴エリート階層における規範文化であり、「哲学・文学・歴史などの人文学の習得によって、自我を耕作し、理想的人格を目指す人格主義」(Bildung, 教養)であった⁽¹²⁾。そして人格修養とは、人文系書物の読書をおして達成されるものとされていた。阿部次郎や安倍能成、田辺元、西田幾多郎といっ

た哲学者たちの著作や、ショーペンハウアー、ヘーゲル、ニーチェ、カントなどの翻訳哲学書、ゲーテやダンテなどの翻訳文学書などを刊行した岩波書店は、まさにその中心に位置していた。岩波茂雄の友人だった安倍能成は述べている⁸⁵。岩波書店の基礎を築いたのは夏目漱石の『こころ』だといわれるが、それに劣らず重要なのは、一九一五年(大正四)から二年間にわたって刊行された『哲学叢書』(全二二巻)である。「ともかくも文化と哲学とに對する興味が我が國の讀書界に起りかけて居た」時期であり、「それが意外に世の歡迎を受け、全十二冊の為に用意しておいた紙が、二三冊分でなくなるといふ勢であり、恐らく二十數年に互つて廣く讀まれ、何百版を重ねるものが、その大半を占めるといふ有様であつた」。もともと売れた速水滉の『論理学』で、大正末年までに七万五〇〇〇部、一九四一年(昭和二六)までに九万部、岩波の亡くなる一九四六年(昭和二一)までには一八万部が売れたという。書物の「根幹をなすものは、何といつても人文系・社会系」だとする先の大塚の認識がもし一定の妥当性をもちうるのだとすれば、「人文系・社会系」の書物の出版が相応にうま味のある商売として成り立ったというこの文脈を無視したところではありえない。

こうしたことは、今日にいたる「人文書」のイメージが、この教養主義の時期の「岩波文化」に原型をもつことを示唆している。つまり、「人文書」を成立させてきた地層とは、大正・昭和期に形成された教養主義に枠づけられたものであり、「岩波文化」の戦後的展開であるという位置づけが与えられよう⁸⁶。

先述したみず書房創業者の小尾は、こう記している。

当時の、昭和一四年版岩波文庫解説目録は、今も目に浮かぶ。一九三五―四〇年の出版物の高みとともに、何という教育的な力を私に及ぼしたことだろう。⁸⁵

この記述は、「人文書」の体現者といつても過言ではない小尾が、教養主義的世界観をきわめて強く内面化していた人物であったことを示している。さらに、小尾がみず書房創業直前の一九四五年一〇月に郷里(信州)の友人にあてた手紙に見られるつぎのようなくだりは、それを裏書きするものだといえる。

人間のいとなみは神秘である。昔も今もたゞ循環するのみ。精神の孤高を信濃の風土に求め、深き精神の昂揚、心情の告白を志したその昔の頃のことか思はれる。冷厳な風土は、満足の本能にすべてが俗化せんとしつつかある精神をきたへ、たゞき、永遠への渴望に人間を指示する。⁸⁶

竹内によれば、教養主義にはいくつかの顕著な特徴が認められる⁸⁷。「植民地的文化の匂い」とまていわれた西洋文化への憧憬、学問や文化にたいする畏敬心、顕在動機としての人格主義にたいする潜在動機としての立身出世主義。これらはそのまま、「人文書」イメージの特徴でもある。思想系こそ書物の王道と見なす視線、西洋文化・学問の大量の翻訳、そして読書をつうじた人格形成……。

さらに竹内は、教養主義を基調で支えていたのが、農村的なエートスを前提にした飛翔感であったことを指摘し、その意味で、「岩波文化」と「講談社文化」は対抗的というよりも根本において連続

するものであったと述べている⁽⁸⁸⁾。このことは、戦時中に弾圧された教養主義が、戦後になって旧制高等学校の消滅にもかかわらず蘇生し、少なくとも昭和三〇年代までは影響力をもちつづけることも関係している。昭和四〇年代には、農村型社会から都市型社会への移行が顕著になるからである⁽⁸⁹⁾。教養主義の雑誌における典型であった総合雑誌もまた、大正から昭和初期にかけて「前衛的な知識人と大衆的な読者をつなぐ伝統的な中間領域」として論壇ジャーナリズムを形成し、第二次世界大戦中に弾圧されるものの、戦後に復活を遂げて、一九五〇―六〇年代に最盛期を迎え、一九七〇年代に急速に衰退していく⁽⁹⁰⁾。

ここでわれわれは、竹内も言及しているように、フリッツ・K・リンガールの『読書人の没落』を想起することになる⁽⁹¹⁾。リンガーは「主として教育上の資格証明によって身分を得た社会的、文化的エリート」を「読書人(階層)」として定義した。ここには「医師、弁護士、聖職者、国家官吏、中等学校教師、そして大学教師」が含まれる⁽⁹²⁾。かれらもまた、「学ぶことは精神的陶冶である」という信念をいだいていた点において、まさに読書人だった。そしてリンガーは、読書人(階層)が権威や官僚制と結びついたものであったこと、それが繁栄を謳歌することができたのが、農業国だったドイツが世界最大の工業国家へといたる経済発展の「中間段階」——一九世紀末から二〇世紀前半の期間——に限定されていたことを明らかにしている⁽⁹³⁾。没落過程に入った読書人たちは、たとえば大学の「大衆化」を憂い、学問の総合を唱え、大学改革を試みて挫折した。「読書人的知識人は気がついてみると、自分たちのあらゆる価値に異を唱える社会的、文化的環境の中にいた⁽⁹⁴⁾」

再び永嶺に戻るならば、その指摘のなかでもっとも興味深いのは、読書階級のなかでもとくにサラ

リーマン層に注目したとき、かれらが学生時代に経験した教養主義的な読書スタイルをそのまま踏襲するのではなく、むしろ同時代の流行小説を通勤電車のなかで旺盛に読破していく娯楽的消費文化の形成へと展開していったという点であろう。それが結果的には、読書階級が差異化を図るべき相手であった労働者階級の大衆的な読書スタイルへと接近することになった。そして、こうした読書の大衆化が、第二次世界大戦後にあらゆる階層へと波及していくことを永嶺は示唆している。ここでは、サラリーマン層の拡大と労働者階級との差異の縮小が含意されることになり、サラリーマン層がもはや学歴エリート層ではなくなることを意味している。マーチン・トロウは、高等教育がエリート段階からマス段階へと移行する分岐点を、該当年齢人口の進学率一五パーセントであるとしている⁽⁹⁵⁾。日本のばあい、四年制大学と短期大学を合わせた進学率が一五パーセントを越えるのが一九六三年(昭和三八)であり(二五・五パーセント)、一九六五年(昭和四〇)に一七パーセント、一九七〇年(昭和四五)に二三・六パーセント、一九七五年(昭和五〇)に三七・九パーセントと急上昇してゆく⁽⁹⁶⁾。参考までに文部科学省による学校基本調査のデータをあげれば、二〇〇一年(平成一三)の大学等進学率は四五・一パーセントである⁽⁹⁷⁾。

このような見方を、一九七〇年代後半から一九八〇年代初頭にかけて、「人文書」の出版環境の悪化が顕著になりはじめたとする津野の証言に重ね合わせれば、この時期に「人文書」出版をめぐる状況にひとつの断層を見出すことができるだろう。すなわち、そのとき「人文書」を中枢原理とする出版/読書空間は実質的に崩壊していたのである。以後の出版産業は、あたかもハムレットのように、失われてしまった「人文書」の影に翻弄されつづけてきたといえる。

7 「人文書」空間の崩壊を越えて

まとめよう。吉見はこう述べたのだった。日本の出版の世界がアジアでは例外的に分厚い自国語の読者市場を有し、そのなかで、前衛的な知識人から大衆的な読者までをゆるやかにつなぐ言論空間を形成してきた、と。いまわれわれは、若干の留保を付けはするものの、その総体を「人文書」空間とよびかえることができる。この「人文書」空間の成立を支えたものとして、ひとつには自国語によるナショナルな出版／読書空間の現出が、もうひとつには教養主義があった。ここでいう教養主義とは、農村型社会と学歴エリート主義という二つの下部構造の上に成り立つものであり、人文系の書物の読者を人格陶冶に不可欠な儀礼として最重要視する顕著な傾向をもっていた。この教養主義が文化的規範として大きな影響力を行使しえた時期は、大正期から昭和初期であり、さらに第二次世界大戦を以てして一九五〇—六〇年代にかけてである。この間、教養主義の市場を相手にした人文系の書物の出版はそれなりにうま味のある商売として成り立ちえた。すなわち「人文書」とは、以上のような諸関係の布置と条件としたなかで構築された観念にはかならない。「人文書」であるか否か、そこで争われるのは詰まるところ「正統性」である⁽⁸⁸⁾。しかもその判定はつねに事後的になされ、あらかじめ必要かつ十分な条件を提示されることはけっしてない。「人文書」という観念は、それがあたかも出版産業の活動において疑いえない本質であるかのように見なされることによって、規範的かつ支配

的な言説となり、上述した社会的・文化的な諸関係の布置を媒介すると同時に隠蔽する機能をはたした。しかし、一九七〇年代後半から一九八〇年代初頭にかけて、下部構造の消滅にともなうて教養主義の影響から実効性がほぼ失われる⁽⁸⁹⁾。それとともに、「人文書」という観念は、それを支えてきた文化的・社会的な基盤の消滅を見、急速にリアリティを喪失していった。さらに今日では、自国語によるナショナルなこの「人文書」空間を支えてきた、「一元的な出版流通システムもまた急速に相対化されつつある⁽⁹⁰⁾」。「人文書」空間の崩壊にとどめの一撃がくわえられることになるだろう。

今日「人文書」の重要性を説き、その復興を唱える言説の多くは、あたかも書物の「正統」な嫡子であるはずの「人文書」が大量消費社会のなかで磊落し不当に冷遇される没落貴族でもあるかのように見なして自己憐憫に浸るか、せいぜい教養主義的枠組みのなかでの原点回帰を訴える程度にとどまっている。しかし、そうした見方は明らかに「人文書」の性質を見誤っている。これまでの議論で明らかになったように、「人文書」とは、特定の社会と時期のなかで構築されたひとつの規範的観念にはかならない。その観念にリアリティを与えていた文化的・社会的な諸関係とその布置が大きく変容してしまった以上、「人文書」がかつてのような文化的・社会的ステータスを取り戻す可能性は極小であるといわねばならない。紙だデジタルだオンデマンドだというように、技術や形態に還元できない問題ではないのだ。

「人文書」空間消滅後のわれわれには、商業主義ばかりが跋扈する殺伐としたポストモダンのメディア風景を前に嘆いたり憤ったりすることしかできないのだろうか。もちろん、そうではない。握りしめた拳を開いてみよう。そこにはいくばくかの財産が遺されているはずだ。それはたとえば、「人

文書」の名の下に産出された書物群であり、一定ていど知的に「開発」されたりテラシーを有する市民Ⅱ読者であり、脱中心化されつつある知識生産様態である。もしわれわれが、これら「遺産」を発展的に継承しつつ、そこにあらためてリアリティを回復させようとするならば、そのひとつの方法は新たなメディア・コミュニティを織りあげていくことに違いない。それに先だって、失われた「人文書」の出版活動から救出しておかねばならないものがある。それは、専門性に最大の敬意を払いながらも、それを多様な関心へと接合すべく、さまざまな形で積み重ねられてきたエディタースhipにはかならない。

終章 エディタースhipの再生へ——「コト編み」としての出版^{パブリッシング}

再び言おう。

われわれは書物がどう変容するかを問うのではない。

書物という物質からデジタル情報という非物質へという神話を必要以上にくり返しても、あまり有益とはいえない。なぜなら、モノとしての書物はそれ自体単独で中立的に存立しているわけではなく、つねに文化的・社会的・産業的にさまざまな意味を付与されながら、ポリティカル・エコノミーの網の目のなかに編みこまれつつける歴史性をおびたダイナミクスだからである。

だとするならば、問われるべきなのはつねに、出版^{パブリッシング}という制度の次元における、そのメディアとしての変容でなければならない。

書物の歴史と出版の歴史は、たがいに密接に連関してはいるものの、同一視されて一向にかまわないうという関係にはなかったことを想起しよう（第2章および第3章）。書物の刊行・流通・販売を生業

として再定式化するこの試みは、日本では須永剛司を中心に展開されている(7)。

「コト編み」とは、明示的に意識されることが少なかっただけで、多くのすぐれた編集者たちが実質的に実践してきたこともある。ここで主張したいのは、それに意識的に目を向け、広範かつ多元的に展開することにすぎないともいえる。したがって、そうした知を再編成することで「コト編み」に照準した新しい専門領域を構築し、「コト編み」の専門家を養成する、というのが今後すすむべき方向のひとつになるだろう(8)。同時に「コト編み」の編集者を、職業的専門家としてではなく想像することもまた、重要である。エディターシップという動詞的な知は、むしろ社会に分散的に播種されてこそ、その機能を十分に発揮することができると考えられるからだ(9)。

もちろん、このように述べるとき、わたしもまた、あたかも俗流マクルーハンの不出来なエビゴーンンとして、メディアに託してみずからの欲する未来社会像を語っているにすぎないのかもしれない。だが、もしそのことを恐れてメディアの未来を語ることを一切やめるのなら、それこそメディア論的理想力の放棄という非難の誹りを免れえないだろう。メディアを構想するにあたってわれわれは、いかに犀利な分析をくわえ、いかに多くの留保を慎重につけたとしても、最後の一线においてつねに知的な「跳躍」が要請される。飛ぶのが怖ければ、あとは遁辞を重ねるほかに途はない。

「コト編み」としての出版(パブリッシング)公共化という発想は、今日まだ萌芽的な段階にとどまるにすぎず、明確な像を結んではない。ただし、確として言うことはできる。「出版」を「コト編み」として再構築しようとするのは、新たな知の時代において、少なくともリアルに世界に向きあうことを可能にしてくれるであろうことを。

註

序章

(1) 新村出版『広辞苑』第五版、岩波書店、一九九八年。

(2) 『出版年鑑二〇〇一年版』(出版ニュース社、二〇〇一年)によれば、出版社数は全国で四三九一社とされている。ただしそのすべてが現在恒常的に出版活動をしているわけではないという。また少し古いが、取次店数は全国で推定七〇一八〇社、書店数は同じく二万三〇〇〇店という数字があげられている(出版ニュース社編『出版データブック一九四五―一九九六』出版ニュース社、一九九七年による)。なお、ここに示したのはいわゆる書店ルートだが、このほか生協ルート、スタンド販売ルート、鉄道弘済会ルート、卸売りルートなどいくつかのルートがある。書店ルートの全体に占める割合(構成比)は二〇〇〇年で六五・七パーセントである。これ以外でもっとも構成比の大きいのはCVS(コンビニエンスストア)ルートで一九・〇パーセント(取次経由分)を占める。ちなみにCVSルートの構成比は一九八六年には四・四〇パーセント、一九九〇年には一〇・八五パーセント、一九九五年には一五・九パーセント、一九九九年には一九・〇パーセントと急増している(前掲『出版年鑑二〇〇一年版』『出版データブック一九四五―一九九六』による)。

- (3) 小田光雄『出版社と書店はいかにして消えていくか——近代出版流通システムの終焉』ばる出版、一九九九年、一八頁。大手スーパー各社にかなする数字は『朝日新聞』二〇〇一年九月一六日による。
- (4) ただし書籍は一九八四年に一度マイナス成長を経験している。
- (5) 書籍実売総金額に限ればピークは一九九七年の一兆一〇六二億円である。雑誌実売総金額は一九九六年の一兆五九八四億円がピーク。なお雑誌総発行部数は一九九七年をピークに以後減少をつづけている。二〇〇〇年の数字は前掲『出版年鑑二〇〇一年版』による。
- (6) 小林一博『出版大崩壊——いま起きていること、次に来るもの』イースト・プレス、二〇〇一年、七二—七六頁。経済産業省(旧通商産業省)の平成九年度商業統計によれば、「書籍・雑誌小売業」の商店数と売場面積は、一九七二年に一万六九四九件・七九万八四三平米、一九八二年に二万五三〇〇件・一五四万五一八九平米、一九九一年に二万七八〇二件・二四二万五三三三平米(修正値)、一九九八年に二万五六七三件・三一五万二六九二平米となっている。一九九八年の商店数が一九八二年のそれとほぼ等しいのにたいし、売場面積が二倍になっている点に注意されたい。ただしこの産業分類には古書店や楽譜店も含まれるため、新刊書店の数字はこれよりもやや小さいはずである。なお産業分類がやや異なるため参考でしかないが、平成一一年度調査では、「書籍・雑誌・紙・文房具小売業」は平成九年調査にたいして、商店数が八パーセント減少している。とくに従業員数二人以下の商店で一四・二パーセント、三—四人で一八・一パーセントと減少率がきわだつている。売場面積は六・五パーセントの拡大である。経済産業省商業統計 <http://www.meti.go.jp/statistics/data/h2sc000j.html>。
- (7) 小林、前掲書、五一—五三頁。なお一九八四年から三年間、書籍返品率は三九パーセント前後の高値で推移したことがある。
- (8) 箕輪成男『歴史としての出版』弓立社、一九八三年、一三七—一三八頁。
- (9) 箕輪成男『出版学序説』日本エディタースクール出版部、一九九七年、一頁。箕輪はこれを狭義の定義としており、広義の「出版」としては、「狭義の出版過程によって生み出され伝達された書籍・雑誌を整理・保管・提供する図書館業務、読者の読書行為、さらには読者の反応を受けての著者の再生産活動までをふくめて、情報・知識の全環流過程」(同書、一頁)と定義している。
- (10) 箕輪、前掲『出版学序説』、六一—六七頁。
- (11) 箕輪、前掲『出版学序説』、九—一頁、同書二—三頁の表も参照。
- (12) 大石裕『コミュニケーション研究——社会の中のメディア』慶應義塾大学出版会、一九九八年、四章。ここで示した時代区分は大石による。
- (13) Hall, Stuart, "Encoding/Decoding," in Hall, Stuart, et al. (eds.), *Culture, Media, and Language*, New York and London: Routledge, 1986, pp. 128-138. および吉見俊哉「メディア・スタディーズのために」、吉見俊哉編『メディア・スタディーズ』せりか書房、二〇〇〇年、五一—四〇頁。なおマスコミュニケーションの効果研究に关する記述は以下を参照した。大石、前掲書、四章および五章。竹内郁郎『マス・コミュニケーションの社会学理論』東京大学出版会、一九九〇年。
- (14) この段落の以上の記述は、水越伸『デジタル・メディア社会』(叢書インターネット社会)、岩波書店、一九九九年、四〇頁に負う。なお同書は二〇〇二年に新版がでている。
- (15) たとえば以下を参照。北村日出夫「追悼 和田洋一さん」、『マス・コミュニケーション研究』四五号、一九九四年、日本マス・コミュニケーション学会、一八二—一八三頁。後藤和彦・石川明・水越伸・横山滋(司会)「座談会『放送学研究』の40年」、『放送学研究』五〇号、二〇〇一年、日本放送協会放送文化研究所、一—二五—一五一頁。また、日本における「新聞学」の成立をめぐる知と権力の歴史社会的編制を仔細に分析したものに以下がある。吉見俊哉「メディアを語る言説——両大戦期間における新聞学の誕生」、栗原彬・小森陽

一・佐藤学・吉見俊哉『内破する知——身体・言葉・権力を編みなおす』東京大学出版会、二〇〇〇年、一七七一—二二七頁。

(16) 藤垣裕子「学際研究遂行の障害と知識の統合——異分野コミュニケーション障害を中心として」、『研究・技術・計画』10(1/2)、七三—八三頁、一九九五年。ちなみに藤垣によれば、「科学的」にかんする理念はまず「理念指向型」と「特性指向型」に大別できる。前者はさらに「メカニズム追求型」と「機能連関型」とに二分でき、これはそれぞれ「数理公理主義」と「物質要素還元主義」、「手続き主義」と「測定主義」に分類できることを示している。

(17) Mannheim, Karl, "Wissenssoziologie," in *Handwörterbuch der Soziologie*, Stuttgart: herausgegeben von Alfred Vierkandt, 1931. カール・マンハイム「知識社会学」、マンハイム/シェラー『知識社会学』(現代社会学大系8)、秋元律郎・田中清助訳、青木書店、一九七三年、一五一—二〇四頁(とくに二六〇—二六一頁)。

(18) SSKを含む社会構築(構成)主義的科学的論の動向については、金森修「科学の社会構成主義」(金森修『サイエンス・ウォーズ』東京大学出版会、二〇〇〇年所収)を参照。

(19) 業界論が不要であるとか、アカデミックな研究のほうが高級であるという意味のことが述べたいのではない。念のため。

(20) ヴァルター・ベンヤミンの「複製技術時代の芸術作品」にかんする中村秀之の指摘は示唆に富む。すなわち、この記念碑的論文は、これまでともすると機械的な大量複製技術、般が現代の社会や文化にもたらす影響について論じたものとして捉えられる傾向にあった。しかし、ここでベンヤミンが照準しようとしているのは、けっして大量複製技術一般ではなく、まさに「当時大きな転換を遂げつつあった映画の、特に受容の問題」そのものであった。さらに重要なのは、映画について論じようとしたのではなく、「それによって、映画による文化批判のための理論的前提を提出している」(「傍点ママ」)ことである。以下を参照せよ。中村秀之

「飛び散った瓦礫のなかを——複製技術時代の芸術作品」再考」、内田隆三編『情報社会の文化2 イメージのなかの社会』東京大学出版会、一九九八年、一八三—二二五頁。

(21) 印刷メディアと近代の形成過程との関係については、ここ数十年のあいだに、歴史社会的な視点にたつメディア論的研究がゆたかな成果を蓄積してきている。マーシャル・マクルーハン、エリザベス・アイゼンステイン、ロジェ・シャルチエ、ロバート・ダーントンといった研究者たちによる一連の研究は、本書でもちに言及されることになる。

(22) McLuhan, Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill Book Company, 1964. マーシャル・マクルーハン『メディア論——人間の拡張の諸相』栗原裕・河本仲聖訳、みすず書房、一九八七年、八九頁。なおこの段落の記述は、吉見俊哉『メディア時代の文化社会学』新曜社、一九九四年、四三—四四頁を参照している。

(23) 意外なことに、既往の諸領域におけるメディア研究では、「メディア」という語の指示内容について精密な検討をくわえた例は驚くほど少ない。一般的にいえば、新聞・放送・雑誌・書籍といったいわゆるマスメディアと、ミニコミ誌などのパーソナルメディア(これは「マス」の陰画)、それにインターネットやケータイなどの新興電子メディアをまとめて、情報伝達装置という含意をとまないつつ漠然と「メディア」として使用していることが多い。しかしこうした一般的「メディア」理解の外側にも「メディア」は見出される。マクルーハンは住宅やら数やら車輪やらまたメディアであると主張したが、このことにはあらためて十分な注意が払われるべきである。逆に、過度に一般化して抽象的な定義を試みたところで、概念が拡散してしまうばかりで実効性に乏しい。筆者の暫定的な——あくまでも——考えはこうだ。すなわち、あらゆるものが「メディア」たりうるが、いかなるものもあらかじめ「メディア」なのではない。ある限定された時間・社会・文化の空間において編制された一定の諸関係のなかで、ある媒介性に注目したときに、そこを中心とした総体が「メ

ディア」として構成的に見出される。

(24) 吉見、前掲『メディア時代の文化社会学』、七九頁。

(25) 水越、前掲書、一三—一四頁。

(26) Carey, James W., with Quirk, John J., "The Mythos of the Electronic Revolution," in Carey, James W., *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, New York and London: Routledge, 1992 (first published in 1989), pp. 113-141.

(27) 佐藤俊樹『ノイマンの夢・近代の欲望——情報化社会を解体する』（講談社選書メチエ）、講談社、一九九六年。

(28) Carey, *ibid.*, pp. 139-141.

(29) 念のために述べておけば、テクノ・メディア論とソシオ・メディア論は、ディシプリナリーな実体としてではなく、作業上の区分として理解されるべきである。

(30) 水越、前掲書、一六頁。

(31) 水越、前掲書、二二—二六頁。

(32) 水越、前掲書、二二—二二頁。

第1章 メディア・知・コミュニケーション

(1) 三木卓『星のカンタータ』（角川文庫）、角川書店、一九七五年。角川文庫版の川崎洋による解説によれば、この作品は「星雲の声」と題して雑誌『ことばの宇宙』に一九六六年六月から翌六七年七月まで連載されたのち、一九六九年八月に標題どおり改題されて単行本にまとめられたものだという（同書、二二〇頁）。わたし

の知る限り、この作品は、「青少年少女向け」ゆえか、三木のなかでもっとも言及されることの少ないもののひとつである。

(2) 三木、前掲書、六六—六七頁。

(3) 三木、前掲書、一〇〇頁。

(4) 西垣通『こころの情報学』（ちくま新書、筑摩書房、一九九九年）によれば、われわれは「情報」についての明確な概念をいまだもちあわせていない。これまでの定義のうち代表的なものとして工学的な定義（たとえばクロード・E・シャノン）や社会的な定義（たとえば吉田民人）があるが、とくに情報を一種のパターンと見なす後者を拡張して、それを生物と関連づけて捉えようというのが西垣の主張である（同書、一八一—三二頁）。情報一般の定義を吟味することはむしろ重要であるが、それは本書の扱う範囲をはるかに越える。われわれはむしろ、「情報」という言葉それ自体のつかわれ方について注意を向けていくことにしよう。

(5) たとえば、有名なシャノンとヴィーヴァーによるコミュニケーション・モデルは通信工学を背景にしたものである。それはコミュニケーションを送り手—受け手間のメッセージの伝送と見なしており、全体として、効果研究の祖ラスウェルのそれと酷似している。以下を参照のこと。Shannon, Claude E. & Weaver, Warren, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: University of Illinois Press, 1963. C. E. シャノン、W. ヴィーヴァー『コミュニケーションの数学的理論——情報理論の基礎』長谷川淳・井上光洋訳、明治図書、一九六九年。

(6) 藤竹暁編『図説 日本のマスメディア』（NHKブックス）、日本放送出版協会、二〇〇一年、一七頁。

(7) 寿岳文章『図説 本の歴史』（エディター叢書27）、日本エディタースクール出版部、一九八二年、三頁。

(8) 箕輪成男『情報としての出版』弓立社、一九八二年、三六—三七頁。

(9) Webster, Frank, *Theories of the Information Society*, New York and London: Routledge, 1995. フランク・ウェブ

- (1) 吉見俊哉「本の代わりに、何が文化的公共圏を支えるのか?」、「本とコンピュータ」編集室編『別冊・本とコンピュータ4人はなぜ、本を読まなくなったのか?』トランスアート市谷分室、二〇〇〇年一一一六頁(引用は一三頁)。同様の趣旨の発言は以下の座談会にも見られる。池内紀・佐伯胖・吉見俊哉「座談会 エリートばかりが本を読む時代になるぞ」、『季刊・本とコンピュータ』一二号、二〇〇〇年四月、トランスアート市谷分室、五二一六二頁。なおこの座談会は前掲『別冊・本とコンピュータ四』に再録されている。
- (2) ここには清水徹『書物について』(岩波書店、二〇〇一年)から、とり・みき、田北鑑生『DAIHONYA』、『The Last Book Man』(いずれも早川書房、二〇〇二年)までが含まれる。
- (3) アメリカの大学ではほとんどのばあい教授会は人事権をもたない。
- (4) こうした日本の大学の特徴は長くつづいた講座制の影響もあるようにおもわれる。一教科を一教授に担当させる講座制は、一九八三年(明治二六〇)、当時の井上毅文相によって行われた帝国大学令改正によって創設された。これによって学問分野が固定化され、しかも後継者育成やその人事権を実質的に教授が掌握することになった。中山茂はつぎのように指摘している。「結局は日本の学問の大枠は講座制発足の時に決まったのであって、いまだにその十九世紀的学問分類から完全に脱し切れず、脱したつもりでもその尾を曳いていることが認められる」(『帝国大学の誕生——国際比較の中での東大』(中公新書)、中央公論社、一九七八年、一五六頁)。

(5) 藤垣裕子「科学知識と科学者の生態学——ジャーナル共同体を単位とした知識形態の静的分類および形態形成の動的把握」、『年報 科学・技術・社会』第四巻、一九九五年、一三九—一五六頁。

- (6) 窪田輝蔵「現代の学術雑誌…その変遷と課題」、『情報管理』44(6)、三九一—四〇一頁、二〇〇一年九月、科学技術振興事業団。
- (7) 箕輪、前掲『情報としての出版』、一四六頁。
- (8) 龍沢武「PODをあらたな人文書づくりの道具としてつかう」、『本とコンピュータ』編集室編『大議論 それでも本に未来はある』トランスアート市谷分室、二〇〇一年、三〇—三六頁。
- (9) 龍沢、前掲論文「PODをあらたな人文書づくりの道具としてつかう」。
- (10) ちなみに、日本の大学出版部は「アメリカ・モデル」を理念形として実質的に第二次世界大戦後に活動を開始する。だが、アメリカとは異なって、大学出版部が独自のセクターを形成するにはいたらず、有力大学出版部は「人文書」出版社の一角として活動してきた。
- (11) 「座談会 人文書の現在と未来」、『人文会ニュース』八三号、一九九八年二月、人文会、一一三八頁。
- (12) 図書分類にはいくつかあるが、代表的なものひとつとして国際標準図書番号、いわゆるISBN(International Standard Book Number)があげられる。これは、出版物一点ずつに固有の番号を振ることで、発行国、発行者、書名を特定できるようにする国際的なシステムである。日本ではISBNの基本部分にくわえ、「読者対象」「発行形態」「内容」を示す分類コードと本体価格を付加した「日本図書コード」という独特のコード体系が用いられている。たとえば水越伸の前掲書『デジタル・メディア社会』を例にとってみよう。ここには「C0336」と付されている。これは、Cにつづく四桁の数字で以下の分類を表している。第一桁は読者対象で、「0」は「一般」を表している。第二桁は発行形態で、「3」は「全集・双書」であることを表している。第三、四桁は内容で、一〇位が大分類、一位が中分類である。「36」はしたがって、「社会科学」のなかの「社会」であることを示している。これらのコードは通常出版社が指定する。なお日本では法人・個人を問わずISBNを取得することができる。また出版物にISBNをつけることには、いかなる法的強制力もない。

- 詳しくは以下を参照。日本図書コード管理センター <http://www.isbn-center.jp/>、ISBNと書籍コード <http://www.tuipis.tsukuba.ac.jp/memb/hayashi/isbn.html>、ISBNコード <http://home.att.ne.jp/gold/sasaki/code/ISBNCode4.html> (株)日本バーコード <http://www.n-barcode.com/>。
- (13) 前掲「座談会 人文書の現在と未来」七頁。
- (14) 本書では意識的に「人文科学」という訳語の使用を避けている。
- (15) 中山、前掲『大学とアメリカ社会』、二〇九頁。
- (16) 前掲「座談会 人文書の現在と未来」、一一二頁。
- (17) 前掲「座談会 人文書の現在と未来」、二五頁。
- (18) 順に示せば以下の通り。Darton, Robert, *The Literary Underground of the Old Regime*, Cambridge: Harvard University Press, 1982. ロバート・ダーントン『革命前夜の地下出版』(岩波モダンクラシックス) 関根素子・二宮宏之訳、岩波書店、二〇〇〇年(初邦訳は一九九四年)。Lovejoy, Arthur O., *The Great Chain of Being: A Study of the History of an Idea*, Cambridge: Harvard University Press, 1936. アーサー・O・ラウジョイ『存在の大いなる連鎖』(晶文全書) 内藤健二訳、晶文社、一九七五年。Bruner, Jerome, *Actual Minds, Possible Worlds*, Cambridge: Harvard University Press, 1986. ジェローム・ブルナー『可能世界の心理』田中一彦訳、みすず書房、一九九八年。
- (19) 龍沢、前掲論文、三四頁。
- (20) 吉見、前掲論文「本の代わりに、何が文化的公共圏を支えるのか?」(とくに二三頁)。なおここではあまり触れないが、もうひとつの要素として「総合雑誌」があげられる。
- (21) Charter, Roger, *L'Ordre des livres*, Aix-en-Provence, Editions Alinea, 1992. ロジェ・シャルチエ『書物の秩序』(ちくま学芸文庫)、長谷川輝夫訳、筑摩書房、一九九六年、七三頁。
- (22) 出版科学研究所の推計(『朝日新聞』二〇〇一年二月三〇日)。
- (23) 小田光雄『出版社と書店はいかにして消えてゆくか——近代出版流通システムの終焉』ばる出版、一九九九年。
- (24) 本章註(10)を参照。
- (25) 現在のアメリカの出版流通システムについては、以下が参考になる。賀川洋『出版再生——アメリカの出版ビジネスから何が見えるか』文化通信社、二〇〇一年。
- (26) これを以前は「正常ルート」と称していた。象徴的である。
- (27) ちなみに、一定の事業分野において一社の市場独占率が五〇パーセントを越えるか、二社合計が七五パーセントを越えたばあい、独占禁止法第二条第七項第一号に該当する可能性がある。
- (28) 寺林修『出版流通改善試論——取次の立場からその問題点をさぐる』出版研究センター、一九七九年、二二—二七頁。
- (29) たとえば出版物と同じく法定再販商品であるレコード・音楽CD業界のばあい、卸売業者を経由するのは全体の五〇パーセント程度にすぎず、残りは小売店との直接取引や通信販売など多様なルートを経ている。以下を参照のこと。岸本裕一・生明俊雄『J・POPマーケティング——IT時代の音楽産業』中央経済社、二〇〇一年、第四章。
- (30) 木下修『書籍再販と流通寡占』アルメディア、一九九七年、一三四—一三五頁。
- (31) 木下、前掲書、一五一頁。
- (32) 木下、前掲書、一三一頁。
- (33) 一九五三年九月の独占禁止法一部改正によって導入された。なお著作物として法定再販商品に指定されているのは、書籍、雑誌、新聞、レコード盤、音楽用テープ、音楽用CDの六品目である。

- (34) 一九九四年に発足した「再販問題検討小委員会」(座長・金子晃慶應義塾大学教授)による中間報告書。
- (35) 公正取引委員会「著作物再販制度の取扱いについて」二〇〇一年三月。
- (36) この間の経緯を出版社側から見たものとして、以下を参照されたい。五味俊和「出版物再販制度存廃の攻防」、『情報の科学と技術』51(11)、五六五―五七二頁、二〇〇一年一月、情報科学技術協会。出版労連の見解については、同労連のサイトを参照。http://www.syuppan.net/。
- (37) 注文品にかんしては原則として買切とされているが、この原則は現在ではかなり崩れてきている。
- (38) 村上信明『出版流通とシステム——「量」に挑む出版取次』新文化通信社、一九八四年、二〇頁。
- (39) 二〇〇一年の書籍新刊点数は七万一〇七三三点、前年より九・三パーセント増だった。『出版年鑑二〇〇二年版』第一巻(出版ニュース社、二〇〇二年)による(三三―三三三頁)。
- (40) 小田、前掲書、三八頁。
- (41) ここで念頭にあるのは、主に二大取次のことである。中小規模の取次のなかには雑誌を扱わないところもある。
- (42) 出版ニュース社編『出版データブック一九四五―一九九六』出版ニュース社、一九九七年、一一〇―一一三頁。
- (43) 小田、前掲書による。郊外型書店の第一号は、一九七五年一月に名古屋の三洋堂書店が出店した東郷店(愛知県愛知郡東郷町)であるといわれている。出店の経緯について、創業者である加藤一(故人)はこう語っている。「東郷店は全国で初めての郊外店といわれているが、そんな意識はまったくありませんでした。減反政策で半分水につかった田圃以外何も無い場所で、東郷高校の生徒が夏も冬もじっと我慢してバスを待っていた。それを見て可哀想に思ったのです。土地を安く提供するから店を出してくれないかと、その地主さんたちが何度も何度も頭を下げに見えたのです。全く売れそうにない場所でしたが、熱意に負けました。生徒が一冊も買わなくても文句は言わないという条件でした。「……」自分が買いに行つて駐車できなかつたら困る。根拠はこれだけでした」(『三洋堂書店40年のあゆみ』株式会社三洋堂書店、二〇〇一年、三三三頁)。店舗面積約六三坪(前掲社史によれば六五坪)、約一五台駐車可能だったという。ところで、まったくの偶然であるが、筆者は小学五年生にあがった一九七六年、同店から六キロと離れていない「四軒家三洋堂」の近くに転居することになり、しばしば自転車にまたがってこの店に通うようになった。手前に雑誌、奥に単行本、文庫本、マンガが並べられ、「立ち読みコーナー」と称して三〇冊ほどのマンガ(おそらく返品不能品であろう)がおかれた一角が設けられていた。現在の目から見れば、郊外店としては売場面積も駐車場も狭かったが、当時としてはほかの書店と違い、店内が広々とした印象をもった記憶がある。店舗は数年前に閉店したが、建物はシャッターを下ろしたまま現存している(二〇〇一年八月現在)。筆者はごく最近まで東郷店も四軒家三洋堂も同じ三洋堂書店の支店どうしだとおもい込んでいたが、後者は加藤の長男夫婦が経営する別会社「池下三洋堂」の支店であったことが判明した。なお事実関係の確認にさいしては、株式会社三洋堂書店ならびに同社総務課青山喜芳氏にお力添えいただいた。記して感謝したい。
- (44) ほは同じ期間に、一方では七〇〇〇〇店の書店が廃業している(『新文化』一九九七年九月二五日)。
- (45) 『出版年鑑二〇〇一年版』第一巻(出版ニュース社、二〇〇一年)による(三三三三頁)。
- (46) 小田、前掲書、三六頁。
- (47) 津野海太郎『季刊・本とコンピュータ』創刊、『出版ニュース』一九九七年七月上旬号、出版ニュース社、六一九頁。
- (48) 小田は、取次全体で約六〇〇〇億円と見積もっている。
- (49) なぜこのような奇妙な事態が起こりうるのかといえば、丸善や紀伊國屋書店に代表されるナショナル・チェーンのような大規模書店の新規出店にあたって、取次が十分な担保設定をしないまま出荷してきたためだと

小田は説明している。それが可能なのは、委託・再販制の存在による。

(50) 小田、前掲書、二二三頁。

(51) 鈴木書店の売上の六分の一、約二〇億円を岩波書店が占めていたといわれる。岩波書店は一九九八年から経営建て直しのために役員を派遣していた。鈴木書店自己破産の同日、岩波書店はただちに記者会見を開き、連鎖倒産の噂を否定した。『新文化』ウェブ・ニュース (<http://www.shinbunka.co.jp/kakolog.htm>) によれば、岩波書店の債権額は、未払金六億円と債務保証三億円の計九億円であったという。

(52) 『読売新聞』二〇〇一年二月七日夕刊。

(53) 鈴木書店自己破産にいたる一連の動きは、逐一インターネット上で情報が流された。結果的にいえば、それら情報の少なからぬ部分は現実と符合するものだった。きわめて限られた人間しか知りえない情報が、ほぼリアルタイムで流されたこともあった。有力関係者が知るよりも先に、重要な事実情報が流されたこともあった。また、事実ではない情報が現実の動きに直接的な影響を与えることがあった。

(54) 鈴木書店にかんしては、いずれ歴史的パースペクティブをもつて詳細な分析がなされるべきであろう。

(55) 当初、読者からのリクエストは葉書によって受け付けられていたが、二〇〇〇年からオンデマンド印刷・出版を手がけるブックキングの支援によってオンラインでの受付も可能になった。現在、ブックキングは「復刊ドットコム」と名づけられた、読者リクエストによる復刊サイトを運営している。これは「書物復権」とは別のもので、扱われる書目の多くは、「人文書」の範疇に入るものではない。

(56) 雑誌「季刊・本とコンピュータ」は、津野海太郎が中心となり、大日本印刷をスポンサーとして一九九七年から刊行が開始された。「危機」に瀕する「本の文化」を、「コンピュータの文化」と接続することを謳っている。当初は四年間一六号で終了することが予告されていたが、二〇〇一年より第二期が開始された。ひとつのテーマをめぐって議論を行うオンライン版や、オンデマンド印刷による「人文書」の復刊のプロジェクトな

とも行っている。いずれも津野の個人的色彩が前面に押し込まれた試みである点に留意されたい。

(57) この権利の金額は——ほとんど考えられないことだが——億単位にのぼったという。龍沢武氏へのインタヴューによる(二〇〇一年八月一日)。以下、龍沢にかんしてとくに注記なきものは、同インタヴューによる。

(58) 龍沢武・津野海太郎・柏木博・黒崎政男・室井尚ほか「情報と文化の新しい体系を考える研究会」第四回 <http://www.sec.or.jp/notfound/session/04/s4.html>。ただし二〇〇三年二月現在、このページは消滅している。

(59) 松本正「百科事典が動いた——『エンカルタ97』vs『マイペディア97』」、『季刊・本とコンピュータ』一号、一九九七年七月、トランスアート市谷分室、一三二—一三七頁。奥田敏夫「マルチメディア百科『エンカルタ』エンサイクロペディア」の船出」、『出版ニュース』一九九七年一月上旬号、出版ニュース社、六一—九頁。

(60) 「デジタル百科事典戦争」、『出版ニュース』一九九七年一月上旬・中旬合併号、出版ニュース社、一一頁。

(61) 森治郎「『電子百科』のたいなる野望——『絶滅寸前種』がめざす『二一世紀・知の中核』の座」、『朝日総研レポート』一三五号、一九九八年二月、朝日総研。

(62) この間の具体的な経緯については、龍沢自身による報告がある。龍沢武「『世界大百科』電子化日誌」、『季刊・本とコンピュータ』三号、一九九八年一月、トランスアート市谷分室、七〇—八一頁。

(63) 森、前掲論文。

(64) 先述の座談会において、柏木博はじつに的確な発言をしている。「利用するところだけ利用してというのは、百科事典が持っている世界性というのがなくなるんだと思うんだよね」(前掲座談会「情報と文化の新しい体系を考える研究会」第四回)。

(65) 新しいメディアが出現し社会との相互作用の初期段階においては、社会の中心領域からさまざまな形で批判、反発、反動が生じる。このことは、歴史社会的に見て明らかな傾向といえる。水越、前掲『デジタル・メ

- ディア社会』三六一—三七頁。
- (66) ネットで百科@Home: <http://ds.hi.ne.jp/reencyhome/>。なお、同サイトで提供されているオンライン・マガジン「デジタル月刊百科」は平凡社の編集者によって現在も継続「刊行」されている。
- (67) 加藤敬事、ロバート・ダーントン「往復書簡『読書革命』以降を生きる」、室謙二責任編集『大議論 それでも本に未来はある』トランスアート市谷分室、二〇〇一年、一〇一—一二〇頁。
- (68) 「メディアの多様化は出版をどう変えるか?」、『第五回「本の学校」大山緑陰シンポジウム記録集一九九九年本で育むいのちの未来——地域から描く二世紀の出版ビジョン』、「本の学校」大山緑陰シンポジウム実行委員会、二〇〇〇年、二七—七四頁。
- (69) 佐野真一『だが「本」を殺すのか』プレジデント社、二〇〇一年、一九〇頁。
- (70) こうした構図は、たとえば「学力崩壊」などの議論にもパラレルに見られる。ところで、昨今の「大学改革」論に関連して、教養教育についてもしばしば議論される場所であるが、そこでは「教養」概念に混乱が見られるようだ。そこではよく、学部ではとりたてて専門教育を施さないアメリカ式のシステムの優位性が引きあいだされるが、これがアメリカの大学の近代化の歴史的帰結でもあることにはあまり注意が払われていない。アメリカの教養教育とはオックス・ブリッジ式の紳士教育の系譜にあり、専門教育を行う大学院は一九世紀後葉に付加されたものである(第二章を参照)。一方、日本の高等教育は、帝国大学に典型に見られるように基本的にポリテクニクとして構築されてきた歴史がある。
- (71) いずれも『東京新聞』二〇〇一年二月九日。
- (72) 『朝日新聞』二〇〇一年二月七日。翌日の『読売新聞』も「良書」流通曲がり角」という見出しを掲げている。こちらの「良書」は括弧つき。
- (73) 同じことを示す例として、以下の文献をあげてもよい。Kernan, Alvin (ed.), *What's Happened to the Humanities?*, Princeton: Princeton University Press, 1997. アルヴィン・カーナン編『人文科学に何が起きたか——アメリカの経験』木村武史訳、玉川大学出版部、二〇〇一年。
- (74) 永嶺重敏『雑誌と読者の近代』日本エディタースクール出版部、一九九七年、一一頁。小田、前掲書、一八九—一九〇頁。
- (75) 当時の大手取次のひとつ北隆館は、一九一四年(大正三)に初めて「運搬用一トン積箱型自動車」を導入し、取次物流の自動車化の先駆となった。清水文吉は、昭和初期に成立を見る出版流通体制の基礎が大正年間を整えられていたことを指摘している。清水文吉『本は流れる——出版流通機構の成立史』日本エディタースクール出版部、一九九一年。
- (76) 永嶺重敏『モダン都市の読書空間』日本エディタースクール出版部、二〇〇一年。
- (77) たとえば山本芳明は、「小説家という(魅惑的)な職業が安定した収入を前提として成立する」時期を大正九年前と測定している。山本芳明『文学者はつくられる』ひつじ書房、二〇〇〇年、二三四頁。
- (78) 小田、前掲書、二〇七頁。
- (79) 小尾俊人『本が生まれるまで』築地書館、一九九四年、八六頁。
- (80) 永嶺、前掲『モダン都市の読書空間』、二〇三—二四三頁。
- (81) よく知られているように、岩波書店は岩波茂雄によって初め古書店として創業し、翌年から出版事業も手がけるようになった。
- (82) 竹内洋『学歴社会の栄光と挫折』(日本の近代12)、中央公論新社、一九九九年、一三七頁。なおここでいう「教養主義」はあくまで上述した近代日本における文脈に即したものをさす。
- (83) 安倍能成『岩波茂雄傳』岩波書店、一九五七年、一四〇—一四二頁。以下の引用も。
- (84) 「人文書」という表現が出版業界に定着した時期は特定されていない。ちなみに業界団体「人文会」の結

成は一九六八年である。

(85) 小尾、前掲書、八五頁。

(86) みすず書房編集部編『みすず書房の五〇年』みすず書房、一九九六年、三頁。

(87) 竹内、前掲『学歴社会の栄光と挫折』、二六〇頁。

(88) 竹内洋「教養知識人のハビトゥスと身体」、青木保ほか編『近代日本文化論4 知識人』岩波書店、一九九九年、九九―一八頁。

(89) 一九六五年（昭和四〇）には農業以外の収入が農業の収入より多い第二種兼業農家の割合が専業農家を追い越す。竹内、前掲『学歴社会の栄光と挫折』、三二―三二七頁。

(90) 田中紀行「論壇ジャーナリズムの成立」、青木ほか編、前掲『近代日本文化論4 知識人』、一七七一―四頁。なお一九六〇―七〇年代の――ほぼ末期といつてよい――総合雑誌の現場の実相にかんしては、柏谷一希『中央公論社と私』（文藝春秋、一九九九年）が参考になる。

(91) Ringer, Fritz K., *The Decline of the German Mandarins: The German Academic Community, 1890-1933*. Cambridge: Harvard University Press, 1969. フリッツ・K・リンガー『読書人の没落——世紀末から第三帝国までのドイツ知識人』西村稔訳、名古屋大学出版会、一九九一年。

(92) リンガー、前掲訳書、四頁。

(93) リンガー、前掲訳書、第一章。

(94) リンガー、前掲訳書、三〇二頁。

(95) Trow, Martin A., "Problems in the Transition from Elite to Mass Higher Education," in *Policies for Higher Education: General Report of the Conference on Future Structures of Post-secondary Education*, Paris: OECD, 1974. トロウ・マートン『高等教育の構造変革』マーチン・トロウ『高学歴社会の大学——エリートからマスへ』天野

郁夫・喜多村和之訳、東京大学出版会、一九七六年、五三―一三三頁。トロウのいう一五パーセントという数字には異論もあるようだが、ここでは文脈上明らかなように、この数字それ自体を直接問題にはしない。

(96) 竹内、前掲『学歴社会の栄光と挫折』、三二―三二七頁。

(97) 文部科学省、平成一三年度学校基本調査 http://www.mext.go.jp/b_menu/oukei/、なお学校基本調査でいう大学等進学率は、高等学校卒業者にたいする「大学の学部・通信教育部・別科、短期大学の本科・通信教育部・別科、高等学校等の専攻科への進学者」と定義されている。竹内のあげているデータとは算出根拠が異なる点には留意されたい。

(98) 外部者の目には奇妙に見えるかもしれないが、出版社にも業界内部における格があり、一般に老舗の「人文書」出版社は格が高いと見られている。そのことは、取次への出荷のさいの正味をはじめとする諸々の取引条件に如実に反映されている。

(99) 山本夏彦は、戦後の岩波書店は雑誌『世界』に象徴されるものであり、その全盛期は一九六〇年のいわゆる六〇年安保で終わったと論じている。山本夏彦『私の岩波物語』文藝春秋、一九九四年。

(100) ここでは詳しく論じることができなかったが、筆者は、本書で論じたのとは別の角度から、「近代出版流通システム」の「終焉」にかかわるひとつの仮説をもっている。東京を中心とした全国の出版流通網が、大正から昭和初期をへたのち、総力戦体制下において一元的に組織化され、出版の国民国家メディアとしての編制を完了した。この体制は基本的には変更をくわえられることなく今日までいたっているが、アマゾンに代表されるオンライン書店の登場に象徴されるように、近年になってこのような自国語によるナショナルな出版空間は急速に相対化されつつある。