

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 9 日現在

機関番号：34315

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2016

課題番号：25380714

研究課題名(和文) マンガ/コミックの「読者共同体」に関する日米比較による実証的アプローチ

研究課題名(英文) An empirical approach based on the comparison of Japan and the United States on manga / comic 'reader community'

研究代表者

瓜生 吉則 (URYU, Yoshimitsu)

立命館大学・産業社会学部・教授

研究者番号：40513205

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円

研究成果の概要(和文)：日米のマンガおよびコミックの愛好者が集うイベント(コミックマーケットおよびコミック・コンベンション)を主要な事例としながら、両国におけるアマチュアとプロとの境界の差異について比較検討した。日本においては「読者共同体」のコード(約束事)がアマ/プロ問わず共有されやすいのに対して、アメリカでは両者の境界が比較的強く引かれていること、およびその背景として文化産業としてのマンガ/コミック出版社の歴史的な形成過程が存在することを実証的に明らかにした。

研究成果の概要(英文)：In this research, I compared the differences between amateurs and professionals in both countries, with the comic events (comic markets and comic conventions) gathered by Japanese and American comic lovers. In Japan, the code (promise) of the "reader community" is easy to share regardless of Ama / Pro, whereas in the United States the boundary between them is relatively strongly drawn. As this background, there exists a historical formation process of comic publisher as a cultural industry.

研究分野：メディア文化論

キーワード：読者共同体 ファンカルチャー マンガ 文化産業

1. 研究開始当初の背景

マンガはアニメやテレビゲームと並び、日本の「ポピュラーカルチャー」の象徴=代表例として社会的に認知されているが、その多くは「日本マンガ」なるものを実体視し、「クールジャパン」の一例として世界に注目されていることを言祝ぐことに終始している。だが、「日本マンガ」の特性を示すには、メディア特性やコミュニケーションの様態に関する理論的かつ実証的な検討が不可欠である。そこで、本研究では「読者共同体」という、マンガが(擬似的・想像的に)可能にしている人々の集合的形態に着目し、日本国内における「マンガ読者共同体」の歴史の変遷、および現在の日本とアメリカとの「マンガ読者共同体」の比較という二点を重点的に検討することを目指した。

「読者共同体」という概念については、日本では前田愛や紅野謙介ら文学研究者によって、定期的に刊行される「雑誌」がある特性を持った共同性を帯びていることが考察され(前田『近代読者の成立』1973年、紅野『投機としての文学』2003年など)、川村邦光は少女雑誌の投稿欄の分析を通して、少女読者共同体を実証してみせた(『オトメの祈り』1993年)。マンガに関しては、作り手と受け手との距離が近い(垣根が低い)ことを指摘した鶴見俊輔が「作者-読者共同体」という言葉を使用している(『漫画の戦後思想』1973年)。またフランスでは、アナール学派の系譜にメディア論的視点を加えたロジェ・シャルチエによる読者論がことに有名である(『読書の文化史』1992年、『書物の秩序』1993年など)。

しかし、戦後日本社会において確固たる存在を示しているマンガについては、その表現的特性(特殊な記号性やキャラクター)が論じられることは1990年代以降になってから増えてきたが(夏目房之介『手塚治虫の冒険』1995年、伊藤剛『テヅカ・イズ・デッド』2005年など)、その「読者」への着目、ことに日本のマンガの拡大発展の重要なメディアとなった定期刊行物=雑誌が編制する「読者共同体」については、大塚英志による少女雑誌研究(『たそがれ時に見つけたもの』1991年)や、筆者による論文(「読者共同体の想像/創造-あるいは、「ぼくらのマンガ」の起源について」北田暁大・野上元・水溜真由美編『カルチュラル・ポリティクス 1960/70』所収 2005年、「<劇画>ジャンルの成立と変容-メディア論的視座による<少年もの>ジャンルの事例研究-『東京大学社会情報研究所紀要』所収、1996年など)を除けば、広く問題意識が共有されているとは言い難かった。1975年から開催されている「コミックマーケット」に数十万ものアマチュアのマンガ愛好者たちが集まり、自らペンを取り、既存の作品を書き換えたりオリジナルな作品を発表したりしている状況を鑑みれば、マンガ表現だけでなく、読者の集合的形態としての「読者共同体」の特

性が明らかにされて初めて、「日本を象徴=代表するポピュラーカルチャー」としてのマンガを「文化」として捉えることができる。

そこで参考としたのが、「大衆文化/ポピュラーカルチャー」研究の水脈である。カルチュラル・スタディーズの系譜から「ファン」およびその集合形態としての「ファンダム」研究が近年盛んに行われるようになってきており、テレビや映画、SFなど、マス・メディアを介して提供されるさまざまな娯楽を、視聴者や観客、読者がどのように享受しているのか、さらには単なる「受け手」としてではなく、どのように能動的に作品を読み替え、二次的な創作活動をしているかといった点が、エスノグラフィックな手法によって報告・分析されている(Jenkins, "Textual Poachers" 1992はその代表的な一例である)。

これらはミシェル・ド・セルトーの「密猟」概念をポピュラーカルチャーに援用したものであり、カルチュラル・スタディーズにおける領有 appropriation 概念とともに、本研究での重要な参照地点となっている。「文化は誰のものか」という問題は非常に大きなものだが、商業資本に拠った専門家(プロ)が作り、アマチュアが一方向的に消費する、という旧来のマルクス主義(フランクフルト学派)的土台-上部構造図式ではとらえきれない、現在のポピュラーカルチャーの複雑な存立様態を解明することこそ、本研究の学術的背景であり、同時に目指していく方向でもあった。

2. 研究の目的

日本においてマンガが現在のように量的・質的に拡大・発展したのは第二次大戦後のことではあるが、その「読者共同体」は戦前期の活字読物中心の雑誌メディアにおいて編制されたものを(断絶も含みながら)多分に引き継いでいる。<現在>の状況を把握するためには、歴史的な変容の中でいかに<現在>が作られているのかについての理論的かつ実証的な検討が必要である。

さらに、日本国内の状況だけでなく、アメリカの事例を比較対照例として調査することによって、「日本のマンガ文化」なるものを相対化することは、質・量ともに圧倒的な存在ゆえに自明視されてしまっている「日本マンガ」の輪郭を、従来のものとは異なるレンズで、具体的には歴史性と国際性とを併せて捉える複眼的視点からくっきりと示すことになる。海外から「クール」であるとして注目されていることに浮かれてばかりでは、「日本マンガ」が実際にどのような特性を持ち、海外にアピールしているのかをかねて見えにくくしてしまう。明治以降、近代日本の様々な「文化」は、海外(主に欧米ではあるが)からの直接・間接的な影響の下で成立してきた。インターネットによってさらなるグローバル化/ボーダーレス化が進展しつつある現在、本研究は不定形で流動的な「ポピュラーカルチャー」としての「マンガ」を捉える視角へ

の理論的貢献を果たすことが主要な目的であった。

3. 研究の方法

本研究では、(1)「読者共同体」のひとつの実態として、素人愛好家が一同に集う空間の日米比較と、(2)日米の「読者共同体」および「ファンカルチャー」に関する文献調査の二点について、実証的かつ理論的な成果を挙げることを目指した。

(1)の日米比較として、「コミックマーケット」(日本)と「コミコン」(ニューヨーク)への取材調査旅行によって、日米両国における「読者共同体」の実態を比較検討した。さらに、(2)の文献調査として、日米の「読者共同体」の歴史的な成立過程を実証的に検討した上で、マンガ/コミックというメディアがいかなる「文化」として成立しているかについて明らかにした。印刷媒体における(疑似的・間接的)交流と、具体的な空間におけるファンイベントとの実証データ比較および理論的比較考察することが、本研究の方法であった。

4. 研究成果

(1)「読者共同体」と印刷メディア

マンガ/コミックの読者は、(ネットが普及する以前は)単行本や雑誌といった印刷媒体を通じて作品に「個人」として触れ、「ファン」となっていた。その「個人」的な経験は、しかし印刷媒体という不特定多数の読者に向けて作成されるメディアにおいて、疑似的な「集合」性を帯びることとなる。それは、まずはメディアの物質性ゆえの「想像の共同体」(B・アンダーソン)としての「集合」性である。

単行本や雑誌という物質形態を手にするとき、読者は「その他の読者」を(意識的/無意識的に)想像する。そのメディアを手にした他者とともにコンテンツを(疑似的ではあるが)享受している、という感覚は、マンガ/コミックより以前から新聞記事や小説において実現しており、20世紀以降のさらなる印刷媒体の「マス・メディア」化によって、その範囲は広がっていった。そしてマンガ/コミックも「想像の共同体」を同様に編成していくこととなる。

さらに、読者個人の想像によるものだけではなく、作り手・編集者が紙の上で「集合」性を誘発する仕掛けを様々に考案していった。その代表的なものが、編集者から読者への「集合」的な呼びかけであり、読者同士の「交流」を可能とする「読者欄」の設定である。アメリカのコミックは、現在の日本のような「雑誌」(複数の作者によるコンテンツをひとつにまとめる)形式よりも、単一のタイトルのコミックを流通させる形式が主流だが、その「コミックブック」においても、編集者は読者へのアピールや読者からの投稿(コンテンツへの感想など)を掲載し、その媒体を手にする

読者に「集合」性を喚起する仕掛けを続けてきた。日本においては、明治期以降の子ども向け雑誌ですでに確立していた読者交流欄に加え、読者からのマンガの投稿を講評したり、優秀作を誌面に掲載したりするなど、後の「アマチュアによるイベント」へと結実する、一種の教育機関の役割も戦後のマンガ雑誌は果たしていった。

(2)リアルな「読者共同体」

しかし、「読者共同体」は印刷媒体において疑似的に編成されるだけではない。想像の他者との交流に勤しむ愛好者は、やがてリアルな空間で自分たちの趣味嗜好を共有することを目指す。現在まで続くアメリカの「コミコン・インターナショナル」や日本の「コミックマーケット」は、「想像の共同体」をリアルな空間に具現化した一大イベントである。

とはいえ、印刷媒体においては共通面も多く見られた日米の「読者共同体」は、リアルな空間の編成において特徴的な違いが見られた。それは、イベントの主催者側と参加者側との関係性である。

アメリカのサンディエゴで開催される「コミコン・インターナショナル」や、本研究の調査旅行で赴いた「ニューヨーク・コミコン」は、その名にあるように、「コンベンション」の形式を基本としている。それは日本において大規模な空間施設で開催される「東京モーターショー」や「東京ゲームショウ」などと同様に、「見せる」側と「見る(参加する)」側とが、ある程度明確に分離されている。「見る(参加する)」側は、入場料を払い、主催者＝「見せる」側が用意した各種のイベントに出席したり、ブースを見て回ったりすることが主な目的となっている。アメリカのこうしたコンベンションに参加するコミック・ファンは、「消費者」としてイベントに参加する、ということである。

日本の「コミックマーケット」においても、アマチュアが作成したマンガなどの同人誌を「購入」したり、企業が用意したイベントやブースに出向いたりするなど、「消費者」の側面が皆無ではないが、主催者側は参加者を「お客様」扱いすることを明確に否定している。サークルとして出展する者、イベントを準備する者とともに、すべて「参加者」としてカテゴライズし、フラットな関係であることを強調している。

むしろ、日本の他のマンガ関連のイベントでは、入場料を徴収したり、マンガファンを「消費者」として括ることで成立するものも数多く存在しており、「コミックマーケット」の特徴を日本のマンガ関連イベントの唯一の例とすることは適当ではない。しかし、「見る/見せる」のフラットな関係性を標榜する「コミックマーケット」が日本国内で最も参加者の多いイベントであることも事実である。

(3)著作権制度とプロ/アマチュアの差

(1)(2)の背景には、印刷媒体やマンガ/コミックの読者の性向のみならず、マンガ/コミックの流通構造をめぐる日米の差異も存在する。その最たるものが著作権制度である。

日本では、「二次創作」と呼ばれる、既存のマンガ作品(原作)のキャラクターや世界観を利用して、原作とは異なる作品をアマチュアが制作する行為が「コミックマーケット」をはじめとする同人誌市場を支えている。日本の著作権法では、こうした行為には原著作者による翻案・改変の許諾が必要であり、違反者には罰則が科せられることになっているが、その手続きは原著作者の親告を前提としており、現行ではほとんどの原著作者(マンガの作者および出版社)が「二次創作」を「黙認」している。一方、アメリカでは著作権の侵害行為は原著作者の親告なしに摘発可能であり、「二次創作」を公の場で売買しにくい制度となっている。

著作権の保護という観点からは、日本は「二次創作」に甘い、とも言えるが、原著作者がむやみに著作権侵害を親告しないことで、アマチュアが「自由」に創作行為をできる環境が(間接的に)形成され、前述の「コミックマーケット」をはじめとする巨大な市場を支えている。この「自由」な環境の下では、プロ/アマチュア間の垣根が結果として低くなり、前述の「見る/見せる」関係と相同的な「作る(描く)/買う(読む)」関係のフラットさを生み出す。

「日本を代表する」とされるマンガは、天才的なプロのマンガ家の才能によるものだけでなく、必ずしもプロにはならずとも、マンガの文法(コード)を習得し、その読み書き(描き)能力(リテラシー)を様々な形で発揮する膨大なアマチュア(そしてその集合的形態としての「読者共同体」)の存在が、その存立基盤となっているのである。

以上の3点について、実地調査および文献研究によって実証的に明らかにしたことが本研究の成果である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔図書〕(計 2 件)

瓜生吉則 他、ミネルヴァ書房、メディア・リテラシーの諸相、2016、205-226

瓜生吉則 他、世界思想社、全訂新版 現代文化を学ぶ人のために、2014、147-162

6. 研究組織

(1)研究代表者

瓜生 吉則 (URYU, Yoshimitsu)
立命館大学・産業社会学部・教授
研究者番号：40513205

(2)研究分担者

()

研究者番号：

(3)連携研究者

()

研究者番号：

(4)研究協力者

()