

出版の展開 The development of publications

田中 薫

I. はじめに

現在、日本の出版界はさまざまな面で、急速な勢いで変わりつつあると言ってよい。そしてその変化は主に次の2つの面において顕著である。その1つは、編集現場や流通機構など、出版界のあらゆる部門へパーソナル・コンピューターが導入されたことに伴う変化である。そのことによって流通現場などでは、商品の扱い方自体が大きく様変わりしているだけでなく、編集現場及び印刷現場での、作業工程を中心とした出版物の作り方自体も、今までとは大きく変わってしまっている。

それだけでなくコンピューターを駆使することによって、全く新しい形態を持つ出版物が、数多く開発され、商品として登場するようになってきている。だから、最近では、出版活動を示す一般語だったパブリケーションpublicationという言葉と、パブリケーションされたもの、あるいはしたものをさす出版物＝パブリケーションズ(publications)というものの概念が変わり、「紙に印刷して、製本したものだけではなくなっている」と言ってよい状況となっている。

さらに京都大学の長尾真教授のように、「書物の解体」を叫ぶ人もいる。長尾教授は、1997(平成9)年秋に放映された「NHK人間大学」の放送テキストの中で、次のように記述している。

「電子図書館で扱う情報の単位はかならずしも一冊の本である必要はなく、1つの本のある章、幾つかの本のあることがらについて論じられている部分の集まり、あるいは本の中の特定の表や図面ということもあるだろう。利用者が必要とする単位での取り出しである。」⁽¹⁾

と述べているのである。要するに長尾は、近未来にはもともとあるテーマにそって著者、編者の思考にもとづいて章だてが行われ、「編集」という知的作業を通すことによって、一冊の書物の形にまとめられている書籍を、わざわざ解体して、章ごとに、あるいはもっと細かく項目ごとに、細分化して「その1つ1つを、データベース化することになるだろう」と言っているのである。

しかし、ほんとうにこのようになるのであろうか。というより、こうしたことが近々、技術的に実現するだろうということには、何の疑念もないし問題もない。たしかにそのようなことが実現するだろうという予測は容易にできる。しかし問題なのは、そのようなことが実現すると「さらに利用者にとって便利になるのか」ということであり、その点に少し疑問が残るのである。

たしかに今までになかった、全く新しい種類の出版物が、数多く登場してきているのは事実である。だが不思議なことに、ここ数年むしろ情報を紙に印刷して製本した従来型の出版物は、それ自体、数が著しく増加してきている。ただし、最近やや伸び悩みという傾向が出てきているのはたしかだが。⁽²⁾ <図1>

たとえば1997(平成9)年8月4日付の日本経済新聞は「出版物ゼロ成長に、販売伸び最低か 97年」という記事を載せ、書籍の「返品、4割を超す月も、週刊誌マイナスに」と報道している。そしてその理由を「インターネットの普及や、放送の多チャンネル化による活字離れが、背景にありそうだ」としているのである。⁽³⁾

このように、最近「やや陰りを見せてきた」とされる出版界だが、しかしこれまでは出版点数も、発行部数も、それどころか出版社数も増加の一途をたどってきたと言ってよい。これはいったいなぜなのだろうか。

マルチメディア時代を迎え、やがて「ペーパーレス時代が到来するだろう」ということが、声高に叫ばれるようになってから久しい。ところが、統計的な数字を見るかぎりでは、実態は必ずしもそうなっていない。たしかに、現在の技術革新のテンポを見ていれば、近い将来、従来からの出版物の分野が斜陽となり、新しいものにとって変わって「逆転することがあるかもしれない」ということは予測できる。けれども、とりあえず今はまだ違うのである。

そこで近年の、著しく変化しつつある出版界の状況を「出版の展開」という視点から把握するために、まず次の「Ⅱ. 出版とは何か」という章で、本来の〈出版物の概念〉を、確認するところから始めてみたい。その次に現在の出版界が変革するに至った、技術革新の状況を「Ⅲ. 出版技術の革新」としてとりあげ、写真の発明、カラー印刷の開始等、エポックメイキングなプロセスにふれる。次に「Ⅳ. 出版物の機能と特質」の章で、マルチメディア時代の出版物と、従来の出版物との相違点を比較し、それぞれの特徴を検討する。さらに次の第5章では「Ⅴ. 出版の現在」として、現在の日本の出版界の経済的な規模を、数量的に把握し、また第6章では「Ⅵ. 出版の変容」として現行の出版物の種類及び、新しい出版物の特徴、DTPをめぐる問題点などについて考察してみることにする。

また最後に結論として第7章を設け「Ⅶ. 出版の未来」の中でアニメーションなどを例に「従来の出版物」と、新しく仲間入りした出版物を、再度比較検討し、「近未来の出版物」はどのようになるかをさぐってみる。そして、今欠かせない最も大きな問題とも言える「コンテンツの補充」についてなど、現代の出版界を取り巻くさまざまな問題の所在を確認することで、「未来の出版物の4つの方向性」を「予測」してみたい。

したがって「出版の展開」というテーマの本論文は、従来展開してきた「出版文化論」から、その概念を広げ、新しい「メディア表現論」という分野の確立に向けて、変化し続ける近未来に対して考察を広げて行く「助走」として位置付けたい。

Ⅱ. 出版とは何か

Ⅱ-1. 出版の定義

まず最初に〈出版の定義〉の再確認から始めよう。『出版事典』によれば、〈出版の定義〉とは次のようになっている。〈出版〉とは、

「文書・図画・写真などの著作物を、印刷その他の機械的方法によって複製し、各種の出版物その他の形態にまとめ、多数読者に頒布する一連の行為の総称」⁽⁴⁾

とある。

したがって、ここでのキーワードは〈複製〉、〈形態〉、〈頒布〉の3つ、ということになるだろう。

〈複製〉とは、製版・印刷に関する領域であり、たった1つのオリジナルの、増幅技術についての問題であろう。次に〈形態〉とは、紙、製本など、本作りの具体化に伴う、物に関するさまざまなこと。したがって判型や装幀の問題までが含まれる。また〈頒布〉とは、できあがった商品としての出版物を、どのように「流通ルートにのせるか」という、物流に関する諸問題のことと考えるのが妥当であろう。

実はコンピューターの導入によって〈新しい出版物〉と言えるものが登場してきた結果、この3つのポイントと、その相互の関係が、最近は大きく変わってしまったと言えるのである。

また出版という領域は、もともと〈メディアmedia〉の一種であった。それもメディアとしては、ほとんど最初に発生した事例であったと言ってもよいかもしれない。

それは1445年、ドイツのゲーテンベルクが「活版印刷術を発明したところから始まった」と言えるのではなかろうか。その後、印刷術は聖書の印刷というような、特殊な分野で独自の発達をとげて行く。さらに近代になってアメリカではベンジャミン・フランクリンなどが、出版物の刊行や新聞発行などを通して活躍する時代を経て、19世紀ヨーロッパの時代になると新聞が著しく普及し、主要なメディアとなって行く。それに伴って日刊紙が刊行されるようになったことから、ジャーナリズム journalism が発生してくる。そして新聞が、しだいにメディアの中心的存在として、その存在感を確立して行くのである。

さらに内容・思想などの面での変革はもとより、さまざまな分野での技術革新がくりかえされていった結果、マリノーニなどの輪転機が登場してくる。そしてその改良が行われたことによって、印刷メディアがめざましく変革をとげ、まさにメディアの中心的存在となるのである。そうした技術革新の流れを鹿島茂は『新聞王伝説』の中で、副題を「パリと世界を征服した男ジラルダン」とし、彼を主人公にしながら、その当時の時代背景を次のように記述している。

「19世紀前半、王政復古期は、まだ紙をパルプから作り出す技術が確立されていなかった」ので、それ

ほど活発ではなかったが、やがて新聞の内容をジラルダンが「人の欲望を刺激する商品に替えた」。「それまでの新聞は政党などの主義主張をプロパガンダするための、機関紙としての性格が濃く、ニュースは添え物だった。」からである。

そしてジラルダンは「自分が欲しているものを、他人のために作れ」という言葉をモットーにすることによって、その後大きく新聞経営の方向を変えて行く。そうしたジラルダンたちの努力の中から、しだいに今日のような近代ジャーナリズムの世界が、発生してくるのである。

またジラルダンの思考と行動は、同時に印刷技術の革新をもうながした。そうした革新の転換点となったのは輪転機の発明である。それに関して、鹿島は『新聞王伝説』の中で、ジラルダンの要請に対するマリノーニの成果を、次のように記述している。

「1886年の春、マリノーニは見事に約束を果たし、世界初の輪転機がセリエール印刷所に納入された。

1時間に1万部を印刷でき、しかも大きさは高さ2メートル、幅2.5メートル、長さ5.5メートルというコンパクトなものだった。かくして、買収時には発行部数が500部にすぎなかった《リベルテ》は、技術改良によって勝ちとったニュースの速報性を最大の武器にして、普墮戦争の際に6万部の大台を突破した。そして、マリノーニの輪転機は世界中に輸出され、グーテンベルク以来の印刷革命をもたらしたのである。ジラルダンは、《リベルテ》の発刊においても、ニュースの速報性を新聞の生命としたことでジャーナリズムの歴史に大きな足跡を残し、さらに、輪転機の導入によって世界を変えたのである。」⁽⁵⁾

このようなプロセスを経て、日刊新聞をメインとした、いわゆるジャーナリズムが確立されて行くにつれ、それに対比するものとして雑誌も刊行されるようになり、出版ジャーナリズムの世界も確立されて行くのである。しかし＜出版＞は、そうしたメディアの1つであっても、速報性や報道などという機能の面においては、ハンディとなる要素が多く、したがって大きく遅れをとり、後退することになる。その代わり、＜出版＞は出版ならではの、娯楽や学術出版などの領域で雑誌ジャーナリズム確立させ、またあらゆるジャンルのテーマを、書籍の形で出版するという手段を通じて人々の利益に貢献し、独自の道を歩むことになるのである。

さらに、1920年、世界最初のラジオ放送が開始されると状況は一変する。ラジオは＜報道＞の面で新聞との両立を模索しただけでなく、互いにその機能、持ち味を生かして個性を確立し、その他のメディアとの棲み分けをするようになったからである。さらにその約20年後、1939年、アメリカでテレビ放送が始まったことによって、マスメディアの世界自体が大きく変貌して行く。このように、放送文化が登場したことが、マスメディアの世界の勢力分布図に与えた影響は、きわめて大きいのである。

II-2. メディアの伝送形態

いずれにせよ、＜出版の概念＞を正確に把握するには、まず現代のさまざまな＜メディアの種類＞を正しく把握し、次にそれが成立するに至る＜メディアの伝送形態＞も把握しておく必要がある。また、その前に「メディアとは何か」という基本的な概念を確認することも不可欠であろう。

メディアムの複数形であるメディアとは「中間にあるもの」のことであり、通常、＜媒体＞という言葉で表現されている。いわば「情報」という内容を、第三者に伝達するための船のようなもの、あるいは移動機能を持った容器（コンテナ）と考えたらよいか。しかし現在では、そうした本来的な意味から転じて、テレビ、新聞、雑誌などのマスコミ媒体そのものをさす言葉となっている。またそうしたメディアは形態の違いによって、「大きく次の3種類に分けられる」とされている。

では＜メディアの伝送形態＞とは何か。

- ①パッケージ系メディア—— 新聞、出版（書籍、雑誌）、映画、ビデオ、電子出版物
- ②放送、有線系メディア—— テレビ、ラジオ、有線放送
- ③通信系メディア—— 電話、インターネット、電子メール、無線通信

などである。このようにメディアと一口に言っても、その種類は実にさまざまなのである。⁽⁶⁾

そこで、本論文で主たるテーマとしている＜出版＞と言う言葉を使った時は、この3種類の中の「①

パッケージ系メディア」という項目でくくられた部分に限った世界のこと」に、しばって考えるのが妥当だと思う。したがって「電子メディアによる図書館機能」などは、はじめから別個の領域に入ると考えた方がよい。ただしそれについては、あらためてふれる。

ではこうしたメディアが発達するに至った、原点に位置しているとされる「コミュニケーション」という言葉の意味について考察してみよう。まず社会学では「人間のコミュニケーション行動」について次のように定義している。『社会学概論』の記述によれば、

「＜コミュニケーション＞とは、狭義には、個人と個人が相互に意思や意味を伝えあう過程であると言えるが、この＜コミュニケーション＞の概念には、一般にその伝達され交換される内容（コンテンツ）、そのための手段・媒体（メディア）、そしてその全過程（プロセス）を含んでいるのが普通である。そしてこのようなく＜コミュニケーション＞は、現代社会にかぎらず、人類の発生以来、人間とともに存しているものであり、それは、人間が人間として生活するために必要欠くべからざるものとして存在しているのである。」⁽⁷⁾

としている。

しかし今日では、＜コミュニケーション＞は、当初は単なる「個対個」の対話だったものから大きく広がり、マスメディアという「大量伝達手段を使って成立している部分が大きくなった」ところに、大きな特徴がある。そしてそうしたコミュニケーション手段にはさまざまな方法があり、その中の1つとして「出版活動」があるのだと言えるだろう。

II-3. 「送り手と受け手」について

このようなく＜コミュニケーション＞行為を成り立たせるためには、少なくとも、2人以上の人間が存在していることが条件となる。それについて『社会学概論』では、

「一方が情報や知識の＜送り手＞として、他方がその＜受け手＞としての役割を担うのであり、しかもそれが相互に交換されていることが必要とされる。両者は言葉や身振りなどのシンボルを通じて役割交換をおこないながら、意思を伝えあい、お互いの受容を確認できるのである。そこから＜経験の共有部分を発見し、さらにその共有部分を拡大＞（藤竹暁）し、共有基盤を確立し、共通の意味ないし理解の存する社会関係を築きあげてゆくことになる。このような関連の様態（いわゆる＜対話＞）が、もっとも基本的なコミュニケーションの形態であるといえる。」⁽⁸⁾

と述べている。

このように、もともと人と人との直接対話が基本だったコミュニケーション行動には、その初期からもう1つ「記憶」し、さらに「記録する」という行為が伴っていた。また、そのことによって「時間軸の上では、大きくずれてしまった過去の人と、現在の人とのコミュニケーション及び、全く遠くに隔たって存在している、人と人とのコミュニケーション」なども可能とすることになったのである。

そうした「記録」という手段によるコミュニケーション行動は、最も原初的な形態である「紙の登場以前のパブリケーションの時代」から始まり、「手写本の時代」等の、長い時間的経過を経て、ようやく「刊本（印刷本）の時代」に至り、近代につながる新しい時代に入るのである。そうした「刊本」の登場からだけでも、すでに約550年の歳月が経過している。つまり1445年、グーテンベルクが活版印刷術を発明したことにより、それ以前と以後では、人間のコミュニケーション行動とその範囲が、大きく変わる。印刷の成功によって新たな「コミュニケーションのためのツール」が実用化され、印刷物の大量生産が現実のものとなったことで、要するに「コミュニケーション自体の、新たなあり方が生み出されるようになった」のだと言えるのだ。そのあたりに関して『社会学概論』では、次のように述べている。

「メディアの機械化によるコミュニケーションの大量化は、社会の複雑化とあまひまって、人びとが直接見たり聞いたりすることの出来ない世界を、かれらに知らせ、教え、かれらの視野を拡大することを可能にした。新しい情報を提供することによって、人間の＜環境＞を押し広げたのである。しかしながら、このことと共に他面、コミュニケーションの送り手と受け手との間に役割の専門化・分化が生じ、それが固定化されることにより、役割の交換の成立は不可能となり、しかもその送り手は、

一般にその数において少なく、多くの場合、組織体あるいは企業体としての形態（マス・メディア）をとり、他方その受け手は、不特定の分散した人間からなり、さらにその送り手から受け手へのコミュニケーションは、常に一方通行的であり、その問い返しのコミュニケーションの存在する余地はきわめて少ないものとなったのである。」⁽⁹⁾

としている。

マス・コミュニケーションの成立過程についてこのように述べ、その結果、果たすことになった現代のマスコミの役割を「現代の支配的コミュニケーション」という言葉で表現している。

しかし、この『社会学概論』は1973(昭和43)年に発行されたものである。それから24年という歳月を経て、その後の状況は著しく変わってきている。たとえばワープロの出現やその普及、DTPの登場と大衆化などは、いずれもその後のことであり、またそれらの普及によって、印刷手段そのものが大衆化する時代が実現してしまったからである。その決定的な変革が、パーソナル・コンピューターの登場によっておきた。さらにそのことによって、最近では「全く新たな状況が、作り出されている」のだと言ってよいかもしれない。

そこでもう一度、原点に戻って、こうしたコミュニケーション活動に介在する「記録ということの意味」について考え直してみたい。

人間の数あるコミュニケーション行動の中でも、情報を「記録する」という行為は、人間を人間らしく保つために、特別に重要な役割を果たしてきたと言ってよいだろう。また、そうした「記録する」という行為を通して、情報は常に発表・公表（パブリケーション）されてきた。そしてそれが広義の「出版」という行為そのものだったのである。またそうした記録技術が誕生して以来、それは大きく分けて、次に示すような4つの段階のプロセスを経て、進化してきたものと考えらる。

II-4. パブリケーション活動の4段階

広義の「出版」という意味をあきらかにするためには、「パブリケーションとは何か」という視点から情報の「発表・公表および記録」ということについて、あらためて再考する必要があるだろう。

「パブリケーション活動」という意味で、印刷物の登場以前の時代までさかのぼって考えると、次に示すような4段階となるが、印刷物の登場以後、つまり出版物の概念を「文字や絵などの一次情報を二次情報に還元したもの」というように、狭義にとらえるなら、その解釈は少し異なってくる。そこでとりあえずすべてのパブリケーション活動を含めたマクロ的な把握と、「刊本の登場以後」の展開についてなど、2つのグループに、くくって考えてみることにしたい。その「4段階」とは、

第1段階、金石文の時代、文字の発明から始まった「紙の登場以前のパブリケーション」

第2段階、パピルスに始まり、紙の発明を経て書物の概念が確立する「手写本の時代」

第3段階、木版印刷を経て活版印刷へ、さらに凹版（グラビア）、平版（オフセット）の発達による「刊本（印刷本）の時代」

第4段階、コンピューターの登場による「出版新時代」⁽¹⁰⁾
となる。

しかし「出版の定義」の項で示したように、出版物について語るためには「複製」、「形態」、「頒布」という3つのキーワードでくれる事柄について考えておく必要がある。とすれば、今日の一般的な概念で言う「出版」という行為はあきらかに、ここで示された「第3段階から以後のこと」になると言ってよいだろう。

したがってそれはゲーテンベルクによる活版印刷術の発明以来、刊行されてきた数々の印刷物としての出版物と、それを作る行為である「出版」活動をさすということになる。だから端的に言えば「一次情報から二次情報へ」紙に情報を印刷し、製本することで、「生原稿を印刷原稿に還元する」という手続きをすることが、作業としての出版行為そのものであり、そうした作業部分の担当、いわば刊行物の製作が、「出版」という行為そのものと言うことになるだろう。

またそうした行為が成立してきた背景には、著者writer、authorの存在とは別に、出版活動そのもの

をする主体、つまり版元としての出版者publisherの存在が常に不可欠であったということが言える。現在のあらゆる出版物が、またその出版活動が成立してきた背景には、常にそうした出版業者(人)の存在があった。

さらにもう1つ、それを成立させている「流通機構の存在」という、いわば<頒布>にあたる行為を受け持つ人たちの支えがあったことも見逃せない。そして、そうした関係が成立するための条件を備えた、「商品としての出版物」には、大きく分けて次のような2つのグループがあると言えるだろう。

II-5. 現代の出版物、その2つのグループ

ここでまず、「現代の出版物」とされている「商品としての出版物」を大きく2つのグループに分け、それぞれ特徴をあげてみることにする。

①従来の出版物=雑誌、書籍など、紙、印刷、製本等によって成立している出版物

②新しい出版物=CD-ROM、CD-I、DVD等の電子メディアによる出版物、ただし、昔のレコード、ソノシート、カセットブック、音楽のテープのほか、CDなど、機器を使って記録された情報を再生するものは、すべて含まれる。

すでに述べたように<出版>とは、従来、文字や絵などの情報を記録することから始まり、その記録したものを複数作って、さらに流通機構にのせて広くあまねく頒布させ、受け手のニーズに応じて提供することであり、そうした活動全体が「出版活動」という行為そのものだと言える。

しかしコンピューター時代を迎えたことにより、たとえばパッケージ系メディアとしてではあるが、新しい出版物としての光ディスクなどが登場し普及してきたこと、またそのメカニズムを利用した、新しい出版物が、急速に増加し、その存在が目立つようになってきたこと、などによって、基本的な認識が大きく変わった。

さらに少し前から磁気を応用したフロッピー・ディスクなどによるメディアも登場してきており、ワープロや電子ブックなどが機能的に成立するために、不可欠のものとして、すでにおなじみである。

したがって従来、記憶(記録)媒体として長い歴史を保ってきた「紙」の代わりに、CDやフロッピーディスクという、「新しい素材が使われるような時代が訪れた」と言いかえてもよいだろう。

しかもCDの普及によって、記録する対象が文字や絵、写真など静的なものだけであったものから変わり、そこに音や動く映像が加わることで可能となった。さらに1996年(平成8)年11月からはDVDデジタル・ビデオ・ディスクDigital Video Diskも発売されている。これには2時間以上もの動く映像が入るといふ。ただしこれも専用プレーヤーが必要な点は、CDなどと同じである。

こうした情報の再生装置の出現は長い間、出版物の構成要素が、文字と絵だけだった、いわば静止した状態だったものから、そこに音や動く映像が加わることによって、時間や色が加わったものになったこと、そして「全く新しい形態を持つメディアの時代」がきて、革命的に変化してしまったことを意味している。

また、こうした「すぐれもの」ではあるが、これらの商品はいずれもパッケージに入れられ、流通させるために、一見、書物のような体裁を持っているものが多い。初期のカセットブックはもとより、今話題の電子ブックなどは、どれもそうしたものの代表的な例と言ってさしつかえないだろう。

そしてその出現が、従来からの出版物の概念を根本から変えてしまうことにつながった。しかしさかのぼって考えれば、このように出版物自体が多様化する流れに(つまり出版物の構成要素として)最初に加わってきたのは<写真>技術であったと言ってよいだろう。それは1839年、ダゲールによる「ダゲレオ・タイプの公表をもって・・・」とされる写真術が登場して以来のこと。したがって約160年の歴史をもっているということになる。

そこで次の章では、「Ⅲ. 出版技術の革新」というテーマで、<写真>の登場から、<音>と<動く映像>の記録と再生が可能になるまでの、新しい出版メディアにおける、技術革新変遷の要因となった事柄についてふれてみることにする。

Ⅲ. 出版技術の革新

Ⅲ-1. 写真の登場とその意義

「未来の出版」を占うため、またそれだけでなく「現代の出版物の特徴」を把握するために、出版物の構成要素という意味で、比較的新しく登場し、出版物近代化のルーツにも位置付けられる〈写真〉についてとりあげ、その歴史を一通り概括しておくことにする。そこでまず〈写真〉の定義からさぐってみると、『出版事典』によれば、

「写真術とはレンズを通して暗箱の中に映写された被写体の像を、感光材料上に結ばせ、この像を感光材料上に化学処理によって定着させる技術であり、写真はそれによってできた作品をいう。」¹⁰¹

となっている。また『デザイン小辞典』の定義では、

「フォトグラフの語意は、光の絵であるが、レンズによる光画は、写真の文字通り、被写体を忠実に記録したものである。しかし、写真術の発達につれて、カメラの操作、感光材料の選択、現像法、焼付、引伸法などにわたり、広範囲の技術が生まれているために、同一被写体をとっても、万人が同一の写真をつくることはない。また、被写体の選択、構図の決定、照明の調節などの問題は、撮影以前の問題であって、ここに写真家の個性と造型精神を発揮する大きい部面がある。すなわち、写真術には正確迅速な記録能力と、高められた表現能力があるということが出来る。

科学・測量・観測・医療・産業技術などに利用される写真は、記録能力に依存するもので、芸術写真・商業写真あるいは、広告写真は、写真の表現力に重点をおくものである。報道写真はその中間にあるものと言えよう。」¹⁰²

と記述している。

また、写真の歴史について、ヴァルター・ベンヤミンは、「著作集2」、『複製技術時代の芸術』に収載した論文「写真小史」の中で、初期の状況を次のように述べている。

「写真の発端をつつんでいる霧は、書籍印刷の開始をおおう霧ほど厚いものではない。発明の時節がとうに到来していて、幾人かのひとびとによってそれが感知されていたことなども、調べてみればすぐわかるだろう。おそくともレオナルド以来よく知られていた暗箱カメラの映像を、定着するという同じ目標を追って、何人かのひとびとが互いに独立した探究を始めていた。およそ5年にわたる研究ののち、ニエプスとダゲールがほとんど同時にこの目標に到達したとき、発明者がぶつかった特許権にからむ面倒に幸いされて、国家がこの発明を拾いあげ、発明者には相応の補償を支払ったうえ、これを公開した。こうして、その後における急速な発展のための条件がととのったのである。その急速な発達は、久しいあいだ、いっさいの回顧を許さないほどだった。」¹⁰³

このようにして、始まった写真の歴史は、写真が出版物の中に取り込まれていくことによって、出版物そのものの性格を大きく、変容させて行くことにつながった。さらにその次に、大きな転換点となったのは写真術と印刷術のドッキングであろう。

Ⅲ-2. 写真製版の実用化

日本では「1890(明治23)年、堀健吉の手によって写真亜鉛凸版の製版法の実用化が行われた」とされている。これにより、それまで木版で製版することが主流だった出版物の世界の、挿絵の部分の製版方法が大きく変わった。しかもそうした技術のその後の発達は、写真そのものを、出版物の主役にするところまで暫時変えていったのである。写真製版術・写真発達史の研究で名高い鎌田弥寿治は『写真製版技術小史』の中で、堀健吉について、次のように記述している。

「わが日本で初めてスクリーンを使ってボカシのある原稿を製版し、これから相当立派な印刷物をつくりえた人間は堀健吉氏である。同氏は安政3年(1856年)東京で生まれ、昭和9年11月13日、79歳で死んだ。若いとき大蔵省印刷局へイタリアからきた銅版彫刻の大家キヨソネの門弟、江島鴻山について銅版彫刻を学び、後、陸軍陸地測量部に勤務、明治17~18年のころ、外国雑誌によってアメリカのIvesやドイツのMeisenbachが網目板法で印刷しようとする原稿のボカシを現わす方法を発明したことを知ったが、それに必要な、いわゆるscreenが入手ができず、自らこれを製造しようとして苦心し、

まずガラス板あるいは銅板あるいは亜鉛板上に並行線を彫刻し、その線を白紙上に黒線で現れるよう印刷し、これを原稿として湿板法で撮影した。すると、不完全ながら、いわゆるスクリーンができるはずである。この発明は大体明治20年(1887年)ごろであったから、欧米でスクリーンがやや実用的になった年代とほぼ同じである。

堀氏はその後、秀英舎社長佐久間貞一氏の後援で、麴町二番町に研究所をつくり、スクリーンの製造やら、それでボカシを表現する研究を重ね、大いに成功し、明治23年(1890年) 第一回帝国議会の開会に際し、東京毎日新聞社の依頼に応じ、貴衆両院議員の肖像を製版し、これを秀英舎(現在の大日本印刷会社の前身)で印刷し、新聞紙一ページ大の付録として東京毎日新聞社から発行され、全日本人々から大評判、大賞賛を受けたとのことである。」⁽⁴⁾

と述べている。

以来107年、今では写真は印刷物の構成要素としては、絶対不可欠と言ってもよいぐらい重要な役割を担っている。しかもそれだけでなく、さまざまな版式にもとづく印刷物が成立するための製版技術の分野で、写真術が果たしてきた役割、またその活躍には目をみはるものがある。しかし、今やCDなどの新しいメカニズムによる記憶媒体が登場したことによって、最近では、音や動く映像までふんだんに取り入れた出版物が、数多く登場してきたことから、状況がまさに一変してしまっていると言えるのである。

またその間、今日に至る間に誕生したもう1つの歩みに、「カラー印刷技術の革新」という流れがあったことを見逃すわけには行かない。

Ⅲ-3. カラー印刷技術の進歩

わが国ではカラー印刷そのものは、比較的早くから行われている。カラー印刷は1896(明治29)年「小川一真がアメリカのクルツ法を用いて、3色版印刷を発表」したのが始まりとされる。ただし初期のものは墨版を、手と目分量によって加工して製版した3色印刷であり、いわば人工着色と言ってもよいものであった。もちろん、ここで主題としているのは「近代印刷のルーツとしてのカラー印刷について」という意味であり、それ以前の木版による「錦絵」などのような、手工芸としてのカラー印刷に関する叙述は省く。その後、フィルターを使って、色要素を取り出す、正確な3色分解の技術が取り入れられる。

現在の主要な印刷技術は、オフセット(平版)、グラビア(凹版)であり、それ以外に、今ではほとんど廃れてしまったが、凸版による原色版などがあった。他に孔版を加えるとカラー印刷を実現するための基本的な版式は4種類あることになるが、そのうち「写真の再現には不向き」という理由で、孔版を除くと、その他の3つの、版式の如何を問わず、いずれも自然色を色分解して取り出した3要素である、キyellow、アカmagenta、アイcyanに、スミbrackを加えた「印刷の4原色」を、刷り重ねることによって成立している点が共通している。

またその品質が近年は著しく向上し、よりシャープで美しい、しかも自然の色調の再現性がきわめて高い、すぐれた印刷技術が確立している。とくにオフセット印刷の分野での進化がめざましい。そしてその特徴は、ますます網点が小さく細くなって、印刷精度が増しているところにある。さらに今では600 d.p.i.とって、1インチに600個もの細かい網点によって構成された、高精細度のカラー印刷物さえ登場し珍しくはなくなっているのである。

また近年は、紙と製版技術の向上による、品質自体の向上も目ざましい。どちらも印刷技術の質的向上に対応し、精密な自然の再現性を容易にすることに協力した。そして精密な印刷物を作ることに、貢献しているのである。そしてまたこれらの要素がすべてセットとなって、印刷物の「品質向上」という重要な目的を、現実のものとしている。このように今では、「印刷と言えばカラーがあたりまえ」と言ってもよいような、恵まれた時代となっているのである。

しかし現在は、さらに出版物の性格が変わり、音や動く映像が加わったものまでを、「出版物」と言うような、全く新しい流れが登場してきている。したがって、従来カラー写真が占めていた位置付けも、大きく様変わりをしいられるようになっている。

IV. 出版物の機能と特質

IV-1. 音とマルチメディア時代

新しい出版物の登場という意味で、電子メディアが登場したことによって、やがて合体することになるもう1つの流れとは、「録音技術」の発明とその進化であろう。つまり音響レコードの出現とその発達である。

今では、最もありふれたものとも言える映像メディアの世界の出版物に、ビデオがある。しかも記録媒体が磁気テープだったところへ、CDによるものが加わった。それがDVDである。

こうした新しい技術が次々と登場し、実用化してきたことは見逃せない。このような新しい技術が出現して以来の展開は、神尾健三が『画の出るレコードを開発せよ!』の中で、「ひも屋と皿回し」という項目をたて、たいへん興味深く詳述している。⁽⁴⁵⁾

もともと「音を記録し再生する録音技術」の成功は、トーマス・エジソンが「今から120年前、蓄音機を発明してレコード盤から音楽を出す道を開いた」ことから始まった。その後、ディスク（いわゆるレコード）の時代を経て、テープレコーダーが発明され、普及するようになると、磁気テープとの併用の時代に入る。さらに、今日のようなCD（コンパクト・ディスク）が登場してくると、すぐその全盛時代を迎え、時代はまた大きく転換してしまったのである。

しかも最近では、そうした技術を総合的に活用した、メディアが輻輳する「マルチメディア時代」ともなっている。「マルチメディア時代」とは、絵、文字、写真など、静止した情報が中心であった出版物の構成要素の中に、新たに音、動く映像、音声などが加わるようになったことを示している。しかもその結果そこに、時間軸が加わっただけでなく、双方向性という要素までが組み込まれるようになった。したがってこうした「マルチメディア時代」の、新しい出版物について語るには、まずマルチメディアの定義とは何かを確認しておくことから始める必要があるだろう。

<マルチメディアの定義>とはおおむね、次のようになっている。

「マルチメディアとはある情報を、文字・音楽・音声、絵・写真、映像・ビデオなどのメディアを複数用いて構成するメディア」であるとし、白田耕作は「元祖はバレエやオペラのような総合芸術が、それにあたる」⁽⁴⁶⁾

と言っている。

したがって、さまざまなメディアが複合した状態をさす言葉であり、いわばメディア・ミックスの状態を示すものと言ってよいだろう。

しかし単にそれだけではなく、我々がそうした新しいメディアの恩恵に浴し、自由に駆使できるためには、そこに機器（家電製品）の使用という条件を加味することが不可欠となっている。「機器がなければ、読むことができない」のである。しかしそれはどちらかと言えば欠点でもある。とはいえ映画もオーディオ機器も、もともとそうしたものであった。そしてこれらの技術と出版の間には1つの区別があり、従来は全く別個の系統に位置するものと考えられていた。

ただし図書館などでは、書籍や雑誌などのコレクションの周辺に位置するものとして、視聴覚資料の重要性はその初期から認識されており、重要なコレクションの対象となっていた。だからCDなどの出現はそうした概念の延長線上に、新しい技術によるものが、単に加わってきたというだけにすぎない。

しかし、たしかに従来からの紙媒体（書物）とは決定的に違う点があり、従来からの出版物と比較した時の、メリットもデメリットも、多々あるのは事実だが、「それによって紙媒体が不要となった」というような、本質的な転換を意味しているわけではない。そこで、あらためてそうした新しい出版物と対比的な位置にある、従来からの出版物の特徴を、<図書の特質>という角度から把握し、基本理念について確認しておくことにしよう。

IV-2. 図書の特質

出版物の特徴を示す<図書の特質>について、『講座図書館学②図書館資料論』で、次の9つの点をあげており、それを利点としている。その9項目とは、

①記録性 ②保存性 ③反復性 ④復元性 ⑤量産性 ⑥保管性 ⑦軽便性 ⑧経済性 ⑨選択性である。⁽⁷⁾

しかし、CD-ROMなどの新しい出版物は、こうした9つの条件が、そのどれとも違っている。たとえばCDは、CDだけ単体では読み取れず、CD-ROM Compact Disk Read Only Memory という機器（読み取り専用装置）が必要である。CDはその名のとおり保管性はコンパクトでたしかに便利、記憶容量が大きいことも素晴らしいプラスの要素だが、ただし記録性、つまり記憶された情報が「半永久的に残るか、あるいは残せるのか」という、従来の書写材料が果してきたような保存性という役割については、不安があり疑念も多い。

また出版はグーテンベルクによって、活版印刷術が実用化されて以来、長い間、最も有効なメディアの1つとしての地位を保ち続けてきたし、そしてメディアであるがゆえに、マスコミュニケーションの手段としても重要な地位をキープしてきた。

しかし、今ではそのメディアの種類そのものが、きわめて多様化してしている。そこであらためて「マスコミュニケーションの社会的機能」を正しく把握し、「メディアが果してきた役割を掌握しておく必要がある」と言えるだろう。

IV-3. マスコミュニケーションの社会的機能

「マスコミュニケーションの社会的機能」として、前日本出版学会会長の箕輪成男は平凡社の『大百科事典7』〈出版〉の項で、次の4項目をあげて説明している。それは、

①報道 ②論評 ③教育 ④娯楽⁽⁸⁾

である。

この分類は〈マスメディアの機能〉、あるいは〈特徴〉を示す概念として、きわめて明解であり、簡潔にして要を得ている。したがって、メディアについて語るためには、常にこの4通りの角度からの検討が必要であり、それなくしては、「出版論」も、「メディア論」も「マスコミ論」も、あるいは「ジャーナリズム論」も成り立たないし「明確に論じることはできない」と言えるだろう。

最近、マスメディア自体が多くの問題を引き起こしている。オウム真理教とTBS問題、MBSのCM間引き問題、「FOCUS」の中学生殺人犯人の写真報道をめぐる事件、等々。あげればきりが無い。これらはいずれも、この4項目を自覚しないまま、混同していることから起きているといつてよいだろう。

そこであらためて、多くのメディアの中で果している出版本来の役割をさぐるために、現在の日本の出版界の状況を、出版物の種類、流通をめぐる問題点などの角度から、把握しておくことにする。

V. 出版の現在

V-1. 日本の出版統計

ここで、あらためてわが国における「出版の現在」という状況について、具体的な数字をあげて把握してみることにしよう。そこで1996年の出版概況をみるために、出版業界の専門誌『出版ニュース』1997年5月中下旬号で紹介されている「日本の出版統計」から、詳細な数字をあげてみる。最新の数字は次のようになっている。

「1996年の書籍の新刊発行点数は60,402点、95年の3.7%増として1年間の推定発行部数は15億4,421万冊である。部数による平均定価を1,104円として、推定総発行金額は、1兆7,048億984万円となる。返品率35.5%として算出すると、書籍の実売金額は、1兆996億105万円となる。

また、雑誌部門は「創刊誌207点（前年177点）、休廃刊誌100点（同142点）、改題誌46点（同23点）、発行所変更誌30点（同23点）、復刊誌3点であった。」であり、また「推定発行部数は、月刊誌30億2,560万冊、週刊誌21億8,773万冊、計52億1,333万冊となり、これに雑誌の平均定価420円として算出すると推定総発行金額は2兆1,895億9,860万円となる。返品率27%として算出すると、雑誌の実売金額は、1兆5,984億697万円（対前年比2.7%）となる。」⁽⁹⁾

次に、過去10年間の「新刊書籍発行点数と平均定価」の数字の流れを図にしたものを、『出版統計小事

典、グラフで見る出版界'96』から借用すると、〈図1〉のようになっている。²³⁾

また「書籍発行部数」及び、「書籍総発行金額と実売金額、返品率」は、それぞれ〈図2〉、〈図3〉のようになっている。

この図からもわかるように、書籍の発行点数も、総発行金額も発行部数も、今だに年々、増え続けているのである。しかも出版社数も増加している。

そして、雑誌の分野についてもほぼ同様のことが言える。発行点数は総体としては、増加の一途をたどっているからである。ただし最近、朝日新聞が「王者〈ジャンプ〉失速 24年間の首位陰る」と報道し、新しい局面として「コミックの発行部数に、減少傾向が見られるようになった」、ということを経ている。そして子ども調査研究所の高山英男はそれを「子供文化史上の事件」という言葉で表現しているのである。²⁴⁾

またその原因は、テレビゲームの隆盛と関係あるのではないかと指摘している。さらに産経新聞は「児童図書バツタリ、少子化、テレビゲーム席卷」という記事を載せている。現在大人気のテレビゲームなどは、任天堂が発売したファミコンに始まるが、そうしたものが初めて登場して以来15年。産経新聞では「今年は八千億円の売上げを計上している」と言っている。ただしそれと比例して、「ゲーム雑誌 新機種登場と足並み、いまや30種を超える」という記事も掲載されており、ゲームをテーマにした雑誌の売上げが著しく増えている現象があることは見逃せない。ここにはからずも、従来からの出版物と新しいメディアとの、共存関係がかいま見えるからである。²⁵⁾

こうした現象は〈マスコミュニケーションの社会的機能〉で示された4項目の中の〈④娯楽〉の項で示された領域の、いわば「一人歩きが始まった」ことを示していると言ってよいかもしれない。もともと近年、書店で扱われていた出版物には、エンタテインメントを主にしたものが多かった。パズル本、マンガ本など、娯乐的な要素の強い出版物がたくさん出版されていたのである。つまり本の持つ重要な機能の1つは、娯楽だったのである。そして娯楽本は、常に売れる本の主要な地位を占めていた。

このような〈娯楽〉を中心とした「おもしろくて、ためになる」という考え方は、講談社を創立した野間清治によって、雑誌の編集方針として確立されたものと言われている。

テレビゲームの登場は、そうした〈出版〉が最も得意としていた、そして出版界を経済的な意味で大きく支えていた分野に、全く新しい商品が登場したことによって、「新しい局面が現れたことを示す」ものと言ってよいだろう。そして書店自体も、そうした商品を扱う比率が大幅に増えている。そこで書店も取次店も、図書館などと同様、視聴覚資料の割合がどんどん増加して行くという方向で、出版関連業界そのものが、大きく様変わりしてきているのである。そこであらためて「出版物の種類」について考え直してみることにしたい。

V-2. 出版物の種類

出版物には種類が多く、したがってどのように分類するかが常に問題となる。また出版物は、わが国では流通機構を通して、「版元-取次-書店-読者」というプロセスを経て、一般の人々の手に渡るシステムとなっている。

またどこへ行っても現在、書店の棚を最も多く占めているのは、実はハウツウ物である。それは健康法であったり、サラリーマンのためのノウハウであったり、パソコンの使い方であったり。あるいは占いや育児法など、要するに「生きるための智慧」というようなものばかりが目立つ。

しかしそうした本の種類は、実は日本図書コードISBN、あるいは図書館の分類法であるNDC（日本十進分類法）で示される森羅万象、この世のすべての領域、活動、現象、事件など、あらゆる事象が、学術、芸術の分野を問わず、出版物の対象となっており、くりかえし、くりかえし書籍や雑誌のテーマとなっており、出版されているのである。

しかしISBN International Standard Book Number いわゆる日本国際図書コードでは、便宜上それらを販売対象で分ける方法と、発行形態で分ける方法とに2分している。

販売対象別は、「一般、実用、専門、婦人、学参Ⅰ（小中学生対象）、学参Ⅱ（高校生対象）、児童

(中学生以下対象)、雑誌扱い」となっているし、発行形態別の分類では、「単行本、文庫、新書、全集・双書、事・辞典、図鑑、絵本、磁性媒体、コミック」という9つの項目となる。²⁴⁾

この分類によればCDや電子ブックなどは「磁性媒体」の項目でくくられている領域に入ることになるだろう。

では、そうした新しい出版物にはどのような種類があるだろうか。

CD-I →Compact Disk Interactive
CD-ROM →Compact Disk Read Only Memory
EB →Erectric Book
カセットブック→Cassette Book
ビデオ →Video

CDが初めて生まれたのは1982(昭和57)年だが、その特徴は、記録する対象として絵、写真だけでなく音や映像が加わることを可能にしたことにある。CDとはコンパクト・ディスク Compact Disk のことであり、直径12センチ、厚さ1ミリのプラスチックを基盤としたディスクに、550メガバイトの情報が入力できるという。これはA4判の大きさの情報なら6万枚、コンピューターで使用されるテープなら20巻分、200ページ前後の文庫本をいれると、2,000冊は入ってしまう計算になるというから、その記憶容量の大きさは紙に印刷したものとは比較にならない。そして「1994年までに世界で70億枚、日本だけでも20億枚が生産されたという」²⁵⁾

さらに磁気を応用しているフロッピー・ディスクなどと比べても、光を応用しているので、たとえ情報の密度をあげても、他の情報を壊すことはないとされている。これは大きな利点である。

しかし、欠点もある。フロッピーディスクやカセットテープなどのように、自分で情報を記録することはできない点である。そして読み出しのための専用機が必要である。この点が従来のものとは、根本的に異なる要素であろう。

昔、昭和40年代には、豪華本というものがしきりに発行された時代があった。またその極端な事例には額装した絵画や、仏像などのような彫刻まで、書店で扱っていた時代があったのである。いわば複製美術品の販売である。これらはいずれもかなり精巧な出来映えで、工芸画などと称したのもあったが、しかし所詮はどれも複製量産品にすぎないものだった。一般的には「ナマ物」などと言っていたが、これらの商品は頒布のために「解説+実物」というセットの形になってパッケージされていることが多く、その解説の部分がまさに書籍代わりの出版物という位置付けだったのである。もちろんこうした工芸画や、同じ型から抜いた仏像なども、複数制作の印刷物の変形には違いないから、これらの商品を書店が扱うこと自体には何の疑問もない。

定価がとくに高く設定されたものが多く、高額なため歩合が大きい。したがってセールスマンの手で個別販売しても十分採算が合った。しかも版元も、流通機構にとっても、売上げの増加には大きく貢献するというので、かなり長い間、大手出版社ではそうした部門に力を入れ、版元も製作会社も流通機構も繁栄した時代があったのである。しかし、バブルの崩壊以後そうした部門は、最近はかなり陰りをみせてきている。したがってそれらの流れが衰退してしまった反面、今では、「電子出版物が登場し、豪華本にとってかわった」と言ってもよいのかもしれない。

けれども、別の意味で欠点もある。現在のビデオやCDのような形では、どんな内容なのかが一見ただけではわからない点である。パッケージ・メディアとして売買されるだけに、なおさらだ。したがってたとえば「試聴」などという手続きを経なければ「内容の善し悪しが判定できない」から、時間がかかって面倒である。

とはいえ、これらの新製品にはメリットが多いことも周知の事実である。だから今後はますます「紙と電子メディアの使い分け」が進むという状況となって行くのは間違いないであろう。またそのことは、あくまで従来からのメディアと、新しいメディアとの共存共栄しかないということを暗示している。田屋裕之は『電子メディアと図書館』の中で、イギリスのレスター大学メドウス教授が述べた「電子メディアの将来」に対する発言、

「求められるべき質問は＜電子メディアは印刷された言葉にとって変わるか＞ではなく、＜将来の新しいメディアと伝統的な紙による印刷物との、その相互にとって、有利なバランスはどのようになるか＞であり、それゆえに、新技術の評価と影響を考えるにあたって、ケース・バイ・ケース、部門部門で考える必要があるとしている。」²⁸⁾

という言葉を用いながら、この問題に関する基本的な見解を叙述しているが、これこそ正しい認識と言えるだろう。

さらに今、出版界をめぐる話題はつきない。小規模書店の廃店と大型店舗出現の問題、正味問題や出版VAN構想などの経営に関する問題、また委託販売制度の持つ問題点、再販制度維持の問題など、問うべき問題は山積みとなっているからである。

V-3. 流通をめぐる問題点

現在、書籍の流通をめぐる問題点の中で、関係者にとって最も関心があるのは、再販制度の問題であろう。再販制度とは、正式には「再販売価格維持制度」のことである。これは、

「メーカーが定めた＜定価＞で販売することを、対卸売業者、小売店などと契約する制度。つまり、メーカーが小売店の安売りを禁止することを認める制度である。独占禁止法によって規制されており、現在は書籍、新聞のほか、医薬品、レコード等に限って認められている。」²⁹⁾

というものである。

そして、新聞社をはじめ大手マスコミ産業の間では、当分の間、堅持の方向が打ち出されている。しかしその是非をめぐる論議が尽きない。

その他にも流通をめぐる問題点が目立つ傾向にある。その1つは書店の店舗が大型化していることであり、最近、床面積が20坪程度の小さな店は次々と廃業に追い込まれているという。その一方で、1,000坪以上の床面積を持つ大型書店が次々と建設される傾向が目立っている。たとえばごく最近、1997(平成9)年9月には、大阪・神戸では名の知られた大型書店であるジュンク堂書店が、東京・池袋に巨大書店を出店した。しかも西武グループの大型書店「リプロ」の目と鼻の先にである。そして常時70万冊の書籍を用意し「無いものはない」ようにしているという。³⁰⁾

このような大型店舗化の傾向は、全国各地の大手流通の現場でも同様となっている。

さらに、出版VAN構想の具体化も進行し、インターネットを使った書店、「オンライン・ショップ」なども続々と出店されている。またパソコンの導入に伴って従来から使われていた「伝票の廃止」³¹⁾をするなど、流通業界におけるさまざまな変革は急ピッチで進んでおり、それに関連する報道も目立つ。

一方、書店の機能自体が様変わりし、「書店は都会のオアシス」³²⁾「座り読み自由」などという、全く新しい方向を暗示した記事も見受けられるようになった。

その一方で、「出版販売、長引く冬」³³⁾という記事もでており、コンビニなどの異業種参入による業界再編の状況が必至となってきている。また東日販(トーハン及び日本出版販売株式会社)のような大手取次店を中心に、従来からの出版物以外の新しい視聴覚資料商品の取扱高及び、売上比率が、大幅に増えているという報道も目立つ。

その結果、今では「メディア業界における流通システム」そのものが大きく様変わりし、いわば「メディア産業の総合商社化が始まっている」と言ってよい状況と言えるかもしれない。しかも、アメリカではとくに「大手出版社は、いずれもメディア・コングロマリット化した巨大企業の一部門となっている。」ということも、『出版ニュース』などの専門誌上で、下野誠一郎が報告している。³⁴⁾

VI. 出版の変容

VI-1. 出版物の変容

＜出版＞の問題に関心を持つ人々にとって現在、興味深いことは数多い。が、中でも最も多くの人々が注目していることは、結局すべてを概括した＜出版の変容＞という社会現象そのものにあると言ってよいだろう。

<出版の変容>とは出版社つまり、「出版物を作る側の変容」及び、「作られた出版物の内容と形態の変容」ということを意味している。そうした革命は、主に編集現場に、パーソナル・コンピューターが導入されたことが引き金となって、にわかに現実のものとなった。

最近では印刷会社はもとより、出版社（版元）側でも、編集作業そのものが、記事作成のためのワープロの使用から、レイアウト、データの整理など、さらに営業活動に至るまで、さまざまな分野でのコンピューターの使用が、あたりまえのこととなっている。そうした状況を踏まえ、小学館電子編集室の鈴木雄介は、電子編集時代の編集者のあり方に関し、次の3つのポイントをあげてわかりやすく解説している。鈴木指摘は、

- ①情報の「入り口の電子化」
 - ②情報の蓄積としての「データベース化」
 - ③情報の出口の電子化、つまり「電子出版」
- である。⁶⁹

コンピューターが導入されたことによって、まずプリプレスの部分が大きく変わった。つまり製版作業に入る直前までの版下制作の部門と、そのために雇っていた人の手間が、あらゆる現場でパーソナル・コンピューターを使用することによって、もともとは受注側である、印刷会社の仕事であったものから変化し、（しかもかなり大きな収入源を占めていた）手軽に、編集部内でこなすことが、可能になったのである。だからそれは「作業の手続き」そのものの「大きな変化」を意味している。

またその前提として内部の記者など、ライターはもとより、外部のライター、作家なども、ワープロやパソコンを使って執筆することが、今では常識となっている。そのこと自体は進歩であり、合理化も進むわけだから、まさに「いいことづくめ」のことばかり。だが結果は、必ずしもバラ色の面ばかりとは言えない。

まずメーカーごとに異なり何種類もある機器、機種どうしの「互換性が乏しい」ということがあげられる。その不調和が第一の大きなネックとなっている。しかも誤解から、むやみにユーザーからコストダウンのみを強えられることなども多く、仕事の受け手側である印刷現場でも、送り手側である編集現場でも、双方でかなりの混乱が見られるようである。

VI-2. DTPをめぐる問題点

すでに述べたように、DTPの導入によって作業自体の合理化は実現したが、そのことへの過信から、新たなあつれきが目立つ時代ともなっている。そうした混乱とも言える最近の傾向を、柴田忠男が『日経デザイン』で特集記事にして連載し、次のように述べているのが興味深い。

「情報発信者が自ら行うことによって、早くて、安くて、一定レベル以上の品質の印刷物を作る」はずだったのだが、DTPが導入されたその結果、本来は編集者やデザイナーは、印刷業者に仕様を命令するのが仕事だったものから、作業までを自分でやるようになったことによって、

「赤字の直し方が、人によってタイミングまで含めて千差万別で、交通整理ができないまま進んでしまっていて、非常に心の痛手になっている。」

と指摘し、さらに、

「現在のDTPというものは機械を使うのが目的なのか、組版をするのが目的なのか、よくわからない。」—中略—「まずその前提として組版ルールはどういうもので、どうしたら美しく読みやすいものになるかということを考えないで、機械を扱っても無駄だということを敢えて申し上げたい」⁶⁹

とまで書いているのである。

このように、最近はどこもかしこもDTP時代になったのは事実であり、たしかにある一面だけを捉えれば結構なことばかりだが、もう1つの問題点は、目のこえた人からみれば、どれもできあがった印刷物は「限りなく質の低下を招いている」という証言が目立ってきていることである。要するに、結果的に、作り手も、出来た作品そのものも、プロとアマの区別が、限りなくあいまいになっているのである。

そしてくだらない印刷物が著しく増えてしまっただけでなく、そのことは「せっかく長い間培ってきた

組版専門のプロの技」と、その「本質的な付加価値」を崩壊させ、単に低めることにつながっただけだ。だから、こうした変容は一見、世の中が進歩しているように見えるけれども、むしろ「本質的な意味では退化」であると言ってよいだろう。

また、そうした変化に伴って、出版物の特徴も著しく変わった。

しかし重要なことは、出版物や印刷物の内容に関して、個人としてのその善し悪しには、いくらでも意見は言えるが、最終的には「検閲的な意味での鑑定は誰にもできない」ということにある。たしかに「悪書問題」、「偽書問題」、「ホラービデオ等の規制問題」、「有害図書の追放の問題」など、出版物の功罪をめぐる重要な問題が、山積みであることはたしかである。

とはいえ、たとえどのように問題が複雑化しようとも、そうした書物を審査できる特別の資格を持った人はいないし、ありえない。その主たる理由は憲法の存在であり、憲法では「言論・出版・表現の自由」の中で「検閲はこれをしてはならない」としているからである。

しかし現実には、目をひそめたくなるような出版物が増加しているのはたしかである。しかも紙媒体だけでなく、インターネットなどの電子メディアでも、そうした事例は激増している。

もう1つ、現代の最も大きな特徴は、たとえば最近の『ダカーポ』が特集しているタイトルが示しているように、「誰でも売れる本が書ける時代」が到来していることである。この意味は大きい。⁶⁵

VI-3. 誰でも作家になれる時代

たとえば『公募ガイド』のような、公募情報の専門雑誌が何種類も、出版されていることでもあきらかのように、論文、評論、小説などの公募をする団体は数多く、さまざまなコンテストが全国で常時、無数に実施されている。また自費出版をする希望者も多く、さらにその受注を主たるビジネスにしている専門出版社なども、数多く出現してきている。そしてそれらの特長、つまり「ウリ」はどの社も「原稿の加工に、プロの編集の技が入ることだ」と言っている。

たとえばある自費出版専門の出版社では、一般から募った原稿の質を鑑定し、ランクをつけて分けている。そして一部の質の高いもの、つまり5,000部程度の売上げが見込めるものは、「一般書として扱い、市販することもあり得る」という付加価値を売り物にしているところもある。このような工夫によって、出版社自体が生き残りを賭けて、必死に新しいビジネスを模索しており、その結果出版社の活動内容も、最近著しく変わってきているのである。

さらに内容的には、質の高い出版物の刊行で定評があり、豊かな伝統を誇ってきた大手、老舗の出版社なども、自費出版部門を設けているところが著しく増えている。だが、それに伴う問題点も多い。

かつていた職場（新聞社の出版局）では、新聞社ただだけにそれぞれの社員の人脈が広く、社員の縁故から自費出版の話が持ち込まれることが多かった。したがって、当然その話が出版局に回ってくる。しかし、そこでかわされた身内の会話には、「おごり」ともとれる聞き苦しい発言が多かった。

自費出版的な要望に対して、「〇十万、〇百万円も、もうからないものはやるべきではない」という法外な会話がしばしばなされたのである。企業が利益をあげることを目指すのは当然だが、少しでもコストダウンを意図して相談のために訪れた人にまで、そして版元としてはリスクの少ない自費出版にまで、こうした発言をする傲慢な神経にはあきれてしまう。大企業であればあるほど、一般の人たちとの間に、意識の乖離が出てくるものである。だからこうした発言を耳にして「編集者はそれほど偉いのか。」という疑念を持ったことも多々ある。

昔から、文士などが集まると記念撮影をすることが多く、そこにはよく編集者も混じっていることが多かった。しかし後の時代になると、たいていその編集者の存在は忘れられてしまう。そして写真説明では「一人おいて」とされることが多い。が、悲しいことにその「一人おいて」が昔から編集者だと言われている。

別にマスコミに禄をはんでいるからと言って、「その人自身が偉いわけではない」はずなのに、どこかで勘違いをし、錯覚をする人が次々と出てくる。しかもマスコミに人気が集まり、就職試験という出発時点でのハードルがどんどん高くなって、構成メンバーに高学歴の人が増えてくるほど、そうした傾向は顕

著となってくる。

しかしたとえどんな巨大メディアに所属しようとも、またどれほど高い地位に昇ろうとも、一従業員にすぎないということを忘れてはいけない。それなのに〇〇界を、自分が牛耳っているかのような錯覚を持ってしまう愚かな人が、情けないぐらい数多く目立つ。名と作品が残るのは従業員の側ではない、あくまでクリエイター自身の側なのだ。

「メディアの側で働く」とは、要するにそういうことであって、それを忘れ、節度を欠くことほど恥ずかしいふるまいはない。次々と起きてくる、大手マスコミの迷走事件の例は、「従業員1人1人の、そうしたおごった体質に起因している」と言っても過言ではないだろう。

VI-4. 送り手と受け手の関係が変わった

最近の出版メディアのもう1つの特徴は、素人が参加するチャンスが増えたことである。そしてそうした現象は、出版物の世界では「DTPなどの普及がもたらした」と言ってよいだろう。またそのことによって「送り手と受け手」の関係も一方的な流れだったものが大きく変わってしまったと言える。

たとえば24年前の『社会学概論』では、「メディアの機械化によるコミュニケーションの大量化」は実現したものの、

「多くの人びとはコミュニケーションの送り手となることはできず、逆にマスコミコミュニケーションの永久の受け手であり、単なる受動的な存在にすぎないものとなる」とし、一中略「その結果、人びとは考えようとせず、コミュニケーション活動に対して消極的であったり、また政治的に無関心であったりして、常に自分をマスメディアに依存させ、またそれを無批判にうけいれてしまう<陽気なロボット>と化してしまうのである」³⁷⁾

と記述している。

ところがワープロとDTPの導入と普及は、こうした状況を、根本から全く変えてしまったと言ってよい。さらにこれらの普及は、軽印刷の分野に於いて、著しくコストを下げることに繋がった。このようにたしかに、現在コンピューター時代ではあることは事実だが、問題なのはその効能を勘違いをしている人が多いような気がすることである。

—昨年あの狂乱とも言うべきウィンドウズ・ブームの時、各家庭におさまったとされている数多くのパソコンは、今ではその大半が、誇りをかぶって寝ているという声が多い。「首都圏でも、自宅でパソコンを使う人は全体の15%にすぎない」という記事もあるし、「パソコンの本体そのものが、あまり売れていないという報道も目立ってきている。さらに、日経流通新聞や朝日新聞の「パソコン市場伸び鈍る96年度出荷台数25%増に」という記事が、そうした現象を象徴していると言ってよいだろう。³⁷⁾

しかしよく考えて見れば、これはそれほど不思議な現象とは言えない。なぜならもともと「書物を執筆する」というような、本格的な「知的生産活動」は、誰でもすべての人が「できる」、あるいは「する」というような行為ではなかったのである。

だからある時突然、「道具が手に入ったから」と言って、今まで知的生産活動など考えもしなかった人たちが、唐突にやるようになるというものではない。農家の経営、小売り商店の経営などの身近な分野では、コンピューターの導入によるメリットが、大いに生きていることはたしかにしても。

しかし例外はある。ワープロがあったから、小説を書いたという人も多いのである。ただし、こうした人たちは潜在意識として、最初からどこかに「ものを書く」ということへの関心があったと考えられる人たちがばかりだと言えるし、道具との出会いは、あくまでその引き金になったにすぎない。

だからたとえば万年筆のような筆記具を使いこなすために、そのメカニズムから説明する必要はない。パソコン教育も同様だ。パソコン教育は、多少、操作の手ほどきはする必要があるにしても、単に使って「何か文章を書いてこい」というところから始めればよい。それで十分である。しかも面白いことに、プロの作家たちでさえ、今でも「全員がワープロ派というわけではない」ということであり、これについては、1997(平成9)年4月11日付の東京新聞に、「作家たちのデジタル度 ワープロ派? 手書き派?」という興味深い記事が掲載されている。

記事によれば、キャリア十数年という三浦朱門・曾野綾子夫妻のような大ベテランがいる一方、大沢在昌や、田中康夫は手書き派だという。また吉村作治は「ワープロは熟達しているが、最近手書きに変えた」などその実態は、人さまざまのようだ。⁶⁹

端的に言えば、創作の価値はそのアイデアや筆力、表現力に意味があるのであって、筆記具なんて何でもよいのである。そのように考えると、パソコン万能のごとくに言うツール派の発想は、きわめて危険である。とにかく扱い方ばかりに終始していることが多く、それ自体がナンセンスである。そしてDTPだって同じこと。技術だけを過信することは、何か間違った方向に行っていると言わざるをえない。

たとえば「CD-ROMの場合、開発費は膨大だが、1枚の原価は200円程度」と言われ、あいまいな付加価値部分の価格設定に悩む版元の事情が、新聞などで報道されている。また印刷現場での混乱ぶりは日本経済新聞1997(平成9)年4月13日付の「価格破壊を促す電子出版」⁶⁹ という記事にも端的に象徴されている。さらに電子出版の影響は書店にも及んでいる。非再販製品が多く、独自の価格設定を迫られているからだとし、その結果「新しい出版物は書店の意識改革も迫っている」とまとめているのである。

Ⅶ. 出版の未来

Ⅶ-1. 出版物の未来

さて、最終章。「出版の未来はどうか」についてである。

結論から先に言ってしまう。それは、「紙の出版物は、けしてなくなることはない」ということであり、また「無くしてはいけない」ということである。

ただし、大きく二極分化の方向を目指すことはたしかである。その1つはデータベース的な面の充実であり、その活用がさらに活発化して行くという方向である。最近はますます百科事典等のマルチメディア化、CD-ROM化が進み、商品の数も比例級数的に増えている。こうした動きについて小学館の鈴木雄介は、毎日新聞の記事の中で、

「百科事典はまじめに作れば作るほど、本は厚くなり、巻数が増え、使い憎くなる。そのマイナス面を電子化が解決した。しかし、電子メディアにも一覧性や文字の問題など書籍に劣る部分はまだまだ多い。それらをどう克服するかが今後普及のカギになる。」⁶⁹

と言っている。

たしかに使ってみると電子ブックは便利である。したがってその効能はいくらでもある。そしてつきあっているだけで楽しい。さらにもう1つ、テレビゲームのようなく娯楽>の部分も、電子機器ならではの世界であろう。しかし、これとて従来のようなコミックを本の形で見ることや、雑誌で読むのとは、全く味わいが違う。だから必然的に今後は、双方のうまい棲み分けが行なわれて行くこととなり、互いの特徴を生かした両立、共存が当分は続くだろうと思われる。

したがってマルチメディアの特性を生かした、マルチメディア的商品はこれからも際限なく、勢いよく増えていくことは確実である。ただし、そのことにより「紙メディアは廃れてしまう」あるいは「新しいものにとって変わり、減じる」という説は全くの誤りである。

メディアとはもともと、情報を運ぶ船のようなもの。コンテナ(容器)にすぎないということは、すでに述べた。その交通手段の「容量と、さらに運搬のスピードが変化している」ということなのであり、どれほど優れた、高性能の交通機関が新しく開発され、それが実用化されようとも、人間の「移動したい動機と行動」、そしてその原点にある「徒歩」という行為が消えてしまうことはない。

たとえば飛行機を利用する時の場合を考えてみよう。搭乗するまでと、降りてから次の交通機関に乗りかえるまでの間は、誰でも基本的に健常者なら自分の足で歩く。「紙メディアが減じる」という説は、機械の発達によってやがて「人間は歩かなくなり、すべて機械という道具で移動するようになる。したがって足は不要になるし、退化して無くなる」と言っているようなものである。そんなことは断じてありえない。

ただし交通機関の発達の世界を限りなく広げ、また地球のスケールを小さくもした。そのことの持つ功罪と同様、新しいメディアの登場とその発達は、人間の行動範囲という世界を広げ、コミュニケーション

できる世界を、さらに大きく広げたと同時に、たとえようもなく広くて大きかった地球を、限りなく小さくしたのはたしかである。

しかしそのことによって、ある基本的なコミュニケーションの手段、つまり、対話に始まる「コミュニケーション」そのものが「滅びてしまう」ということはない。あまたあるその手段の一つとして、また出版物だけが持っている「ある種の役割」は不滅なのである。ところが「いかにも滅びてしまうかのような迷妄」をふりまく人がいること自体が、大問題と言えるであろう。

Ⅶ-2. アニメーションについて

出版物によく似た知的生産物に「アニメーション」がある。実写、あるいはセル画の制作、CGコンピューター・グラフィックスによる製作方法など、その制作のための手法はさまざま。一般の映画もそうだが、アニメーションは配給収入を目的として興行され、基本的には映画館で鑑賞されることが多い。したがって鑑賞者、つまり製作者からのメッセージの受け手は、鑑賞するために自ら、映画館へ足を運ぶ。

その一部、またはしばらく時間を経過したあと、セルビデオ、レンタルビデオという形でパッケージメディアに変身し、鑑賞者側が「買う」か「借りる」かという方法を使えば、家庭でも容易に鑑賞できるようになる。さらに放送などの形で、享受することもできる。したがってこれは、出版物と同様、あるいはそれに準じるメディアとして扱ってよいだろう。

今では国際的にも評価の高い、日本のアニメーションだがその目ざましい発展は、手塚治虫の「アストロボーイ」つまり「鉄腕アトム」の制作から始まったと言っても過言ではないだろう。現在の日本のアニメの、技術水準はたしかに素晴らしい。ただしその始まりは少し古く、戦時中の国策映画「空の神兵」からであるという。しかしとくに最近では「もののけ姫」の人気と成功が、アニメブームというこうした現象を象徴しており、その頂点にたつものとして注目をあつめ、興行的にも大成功している。⁴²⁾

またこうした優れたアニメを作るための、優れた台本の書きおろしも増えた。そして今大人気の宮崎駿のような、アニメーションを通して自らの思想を語る、作家型の優秀な監督も数多く登場してきている。したがってそれ自体は、日本が世界に誇るべきすばらしい文化（A級文化）と言えるだろう。こうした文化をサブ・カルチャーと言い、絵画や音楽など、従来からの伝統を誇るメインの文化に対して、B級文化と言う人もいる。また、今やオタク学の開祖となった岡田斗司夫は、こうしたものに「オタク文化」と名付けており、こうした領域の持つ特徴をうまく表現している。⁴³⁾

したがって今では、アニメーションは、従来のような紙メディアとしての、「出版物以外の著作物の代表」となった感があると言ってよいかもしれない。

しかし、アニメーションのような一見すると華麗な映像が成立している裏には、1枚、1枚、1秒間に24コマというセル画を人間の手技で描く、気の遠くなるような地道な作業と、そのための多くのスタッフの努力という裏付けがあるのである。またアニメーションにもその画像の作り方によって、いくつもの種類がある。それについて岡田は、『東大オタク学講座』の中で、たとえば、アニメには「立体アニメ」、「平面アニメ」、「その他」の3種類があり、「立体アニメ」とは粘土アニメ、人形アニメのこと。「平面アニメ」にはセルアニメ、紙アニメ、砂アニメなどがあり、「その他」に入るのがCG及び人間アニメ、だとしている。

したがって一部にCGを取り入れるなど、ある程度「コンピューター化した」とはいえ、また「する」と言っているが、基本的に膨大なオリジナル（原画）を必要とする点は変わらない。ちなみに「もののけ姫」ではアニメ史上最高と言われる「13万5,000枚を使った」と宮崎駿は言っている。⁴⁴⁾

その原画の作り方は、常に手描きかそれに近い作業の連続であり、いわば人間の手技という人力にひたすら頼っているのである。そしてたった1枚のオリジナルの存在が不可欠である。1枚、1場面。それも1秒の24分の1というわずかな時間しか、それは人の目にふれることはない。しかしそのたった1枚の存在は重い。そしてそのセル画それ自体は、アートとは言えない。しかも複数の人間の技術の結集だから、個人の作品ではないのである。またこうしたセル画であっても、撮影が終了してしまえばただのゴミにすぎなくなる。

そうしたものの一部がたとえば東京・渋谷の「まんだらけ」という漫画専門店などでは、「高い値がつけて売られる時代」となっている。こうした扱われ方をするのもいいだろう。

このようにアニメだけでなく、いかなる知的生産活動に於いても、けして「オリジナル」の存在が必要ではなくなるということはありません。そうした原則は紙の出版物の世界も同様である。すでに石油製品としての、パルプによらない紙は何種類か実用化されている。その意味で、紙、あるいは紙のようなものが変質することはあり得る。

しかし、それを手にしただけで瞬時に、誰もが目でみただけで情報が読み取れる、一覽性を備えた「紙的機能を備えた物質」を使った「出版物」というものが、全く無くなってしまいうことは無い。その意味では紙の出版物は本質的に限りなく「オリジナル」に近い存在なのである。故に、けして「無くなることはない」と言えるだろう。

したがって、もう一度、ヴァルター・ベンヤミンが「著作集2」『複製技術時代の芸術』で書いている言葉を引用して、印刷物と複製の関係について確認しておくことにしよう。

ベンヤミンは「ほんもの」という概念は、「<いま>、<ここにしかない>という性格によって作られる。」と言っている。⁴⁶⁾

Ⅶ-3. パブリケーション人間の増加

もう1つ「出版物は不滅である」と言える要素がある。それは、人がパブリケーション活動に至る<動機の問題>である。多くの人が常に誰から頼まれたわけでもなく、自ら、自発的に知的生産活動に取り組んでいる。

そうした人たちの存在は、いつの世でも、世界中どこの国でも場所でも尽きない。そこで、そうした心情を持った人たちを、出版活動の最初と最後の砦を守り、最も重要な役割を担っている人々として位置づけ、便宜的に「パブリケーション人間」と名付けて考えてみたい。

いかなる分野においても、オリジナルは常に、個人によって生産され補充され続けて行く。また常に、いかなるメディアに於いてもそれが活動として成立するためには、1つのオリジナルの存在が絶対的な必要条件となるのである。しかし巨大出版社の経営者が、血眼になって求め続けている「コンテンツの補充」という作業は、そういった創作活動に、自発的に取り組む人たちの手によって、日常的にたゆまず、行われ続けている。したがって巨大メディアは、そこから自分たちにとって都合のよいものを「ピックアップする目」だけがあればよいのであり、けして巨大メディア側が一人歩きして何かを創作するということはない。

その意味ではいつの時代も、いつの場合も、その出発点に位置する第1次パブリケーションとしての「手作り本（原稿を加工したもの）の存在」が重要であると言える。また、それは文字による表現に限ったことだけではない。写真をメインにした出版物についても同様のことが言えるのである。

たとえば写真家の荒木経維も、そうした精神の卓抜した持ち主の一人であり、若い時たくさん手作り本を作っている。その作品作りの一部分については、最近出版された講談社現代新書の『天才になる！』に詳しく書かれており、たいへん興味深い。

こうした荒木の活動ぶりを見ていると、荒木もまた典型的な「パブリケーション人間」の一人であるということが言えるだろう。荒木の特徴は、たしかに写真家ではあるが、撮影を開始する以前から、通常の写真家のように、額縁などに作品を入れて展示することより、始めから本の形になった時の姿を念頭において活動をしている点である。⁴⁷⁾

このような「パブリケーション人間」の存在は、挙げて行けば枚挙に暇がない。たとえば『不思議の国のアリス』で有名なルイス・キャロルも、素晴らしい手作り本を数多く制作しているし、そのような例は世界中どこでも、時代をこえて無数にころがっている。さまざまな創作の世界で第一人者となった、巨匠たちは皆、そうした青少年時代を持っているものなのである。⁴⁸⁾

したがって今まで述べてきたような論旨を、整理してみると、書物の未来は、次にあげるような4つの方向で大きく分化して行き、それぞれに独自の道を歩んで、生き残って行くのではないかと考えてよいだ

ろう。

Ⅶ-4. 出版物の未来は、4つの方向へ

「出版物の未来」について考察するためには、それが出来上がった後の状態、つまりさまざまな出版物の利用者の生態と、それが保管されている状態を想像して考え直してみると、わかり易いのではないだろうか。そこでまず最初に、出版物の閲覧の場である「図書館機能」のことを考えてみたい。現在も図書館は、従来からの書物の収集・保管・供覧のほか、視聴覚資料というジャンルの収集・保管・供覧にも力を入れている。

しかし問題は、その視聴覚資料の種類と量が、マルチメディア時代になって著しく増加していることなのである。そしてその収集・保管・供覧というニーズに、前向きに 대응して行くためには、もう、今までのような、1つの図書館機能だけの対応では手に負えない状況となってきている。

そこでそうした問題を解決して行くためには、図書館機能自体の二極分化が必要であり、そのことがもう不可欠のところまできていると言ってよいだろう。さらに本来、情報を「記録する」という根源にまでさかのぼって考えれば、県レベルですでに設置しているところも多々あるが、まだ無いところも多い文書館を加えて考え直してみる必要がある。

したがって、以上のような大きく3つの方向性が成立してくることになるのは明白である。さらにもう1つある。それは美術館的機能の必要性である。そしてこの方向も、別個に確立させ、加えてトータルで考え直すべき問題なのである。たとえば絵本、写真、絵画など、また装幀やレイアウトなど書物をめぐる周辺の付加価値などは、それ自体が一種の美術品であるとも言えるし、コミックスなどの、ビジュアルな要素が強い分野も、当然そこに含まれてくることになる。

こうしたものはいずれも体裁は書物であっても、その本質は限りなく美術品に近いものである。またそうした要素を持ったものが、それ以外にも多々ある。したがって複製芸術専門図書館（または美術館）のような装置を、もう1つ別個に設けることが不可欠となってきていると言ってもよいだろう。そしてここまで広げて考えると、従来のような単館の図書館的機能だけでは対応しきれないのは当然である。

このように考えてくると、それらの受け皿としての装置は、いずれも専門性を明確に持つことがきわめて重要だということになる。したがって近未来には、さまざまな出版物を区分けして、それを収蔵するための装置は、次に示す4方向となるだろうと考えられる。

- ①「美術館機能を持った専門図書館（または美術館）」＝芸術品としての書物、手書き本、あるいは限りなくそれに近いもの。自ら印刷し、製本するなどの手作り本及び芸術性のある美しい本を集める。したがって稀覯本rare booksも含まれる。
- ②「紙媒体による資料を中心とした図書館」＝印刷本を中心に、従来のような情報資料の収集・保管・供覧を主としたもの。使い捨て中心のいわゆる書籍、雑誌なども含まれる。
- ③「文書館及び自費出版専門図書館」＝印刷物ではない、一次情報を中心としたオリジナルを扱う文書館機能が基幹となる。さらに書籍や雑誌の形はしていてもプライベートメディアの世界はすべて。学術研究報告書などのほか、企業出版、PR誌、広報誌（紙）なども含まれる。
- ④「電子図書館」＝電子メディア等の出版物を中心として収集・保管・供覧する「電子図書館」。音楽レコードをはじめ、ビデオとなった映画やCD、DVD、テープなど、電気を利用して成立しているあらゆるもの。テレビゲームなども含まれる。

またこれらのすべての機能が、相互に活性化するためには、常に、たゆまぬ「コンテンツの補充」という作業がされ続けることが大切である。その方法の1つは、上記の③で示したような領域に見られる自費出版の形による自力デビューによって、次々と補充されていく。また、さらにコンペなどの洗礼を受けるチャンスも伴い、そうしたフィルターをくぐり抜けた新しい作家が、次々と誕生することで、常に補充され続けているのである。

VII-5. 新しい作家の誕生、コンテンツの補充

最近、新しい作家の登場に関する記事などが目立つ時代となってきた。またそうした人や作品を紹介する特集も多い。一方で芭蕉自身の手による、克明な推敲のあとが見られる「奥の細道」の自筆本が、執筆から300余年ぶりに、芭蕉終焉の地・大阪で1996(平成8)年11月に発見されて以来、古書、古筆への関心も高まっている。いわばオリジナルへの注目度が著しく、高まってきていると言えるのである。⁴⁹

この芭蕉や、数年前、京都の冷泉家で藤原定家の自筆本とされる『明月記』が発見されたことなどにより、手書きのオリジナルへの関心が最近はより高まってきているが、こうしたことがおこるのも、紙に墨と筆を使って記録した書き物だったからであり、そこに特有の堅牢性があるからなのだ。たとえば500年後、1000年後、フロッピー・ディスクやCD-ROMが発見されたとしても、プラスチックは熱にも弱いし、もともと石油製品であるだけに劣化の点でも「永久にたしかだ」という保障は全くない。その意味では記録装置としての保存性はなほ頼りないし、それだけの単体では内容を「読みとることもできない」という欠点がある。読み取り機器が無ければ無用の長物だ。

だから「機器ごと保管すればよい」と言っても、数十年足らずで滅びてしまった、「レコードとレコードプレイヤーの関係」を思いおこせば、はなはだ頼りにならないことは明白であろう。またマイクロフィルム化した新聞や雑誌なども、今となってはその扱いに苦慮していることを思いおこしてほしい。それらと、本質的には同様であり、「違う」という根拠はどこにもない。

もう1つの書物の特徴は、「くりかえし、くりかえし同じ内容が出版され続ける」ということにある。それは、たとえ生物という固体自体が老化し、死滅したとしても、次々と新たな生命が誕生してくるといふメカニズムによって、さまざまな生物の種が、DNAによって保存され続けて行くという、不思議な自然現象そのものと、どこかよく似ているように思える。たとえ容器(紙を束ねて製本したもの)は一緒でも、そこに盛り込む新しい何かが、常にリメイクされ、さらに補充され続けているのである。

そして多くの人たちが、次の時代のスターを夢みて、必死に頑張り、今もどこかで、誰かが、何かを書いている。だから補充者自体は永遠に「尽きる」ということがない。

このように、さまざまな角度から「出版ということの意味」を考え、書物というものもつメリットとデメリットを考え、果してきた役割や、本質を見直してみると、あらためて「本の世界は不滅である」と断言できる。

だから「書物」の未来を語ることは、図書館の方向性で示したような、4つの方向性を語ることと同様である。したがって、それぞれの特性、つまり4通りの方向の持つ意味をよく考え、またそうした方向を基本的に認めたいうえで、今後さまざまな新しいメディアが、互いの特徴を認めあい、互いに共存共栄をはかることによるのみ、知的生産活動の続行とその応用、利用が、そして新たな知的生産活動が可能となると言えるだろう。いわば各人がこうした基本プレイに、忠実に取り組んで行くことによるのみ、「21世紀も、人類は生き残れる」と言えるのではなからうか。

また、そうした方向性の実現に向けて、さまざまな人が、それぞれ得意の分野で、自身の持てる力を発揮し一致協力すること。それこそが最も人間らしい行為であり、智者のとるべき本当の道であり、姿ではなからうかと思う。「本によってのみ、人間の最も人間らしい部分は支えられている」と言っても過言ではない。「すべての知的生産活動は、出版に始まり、出版に終わる」というのが、もともと私の持論であり、「メディア論」の基幹となるべき考え方こそ出版論>であると言ってきたが、そうした日頃の考え方が、とりあえず補強されたのではないかと思っている。

注・参考引用文献

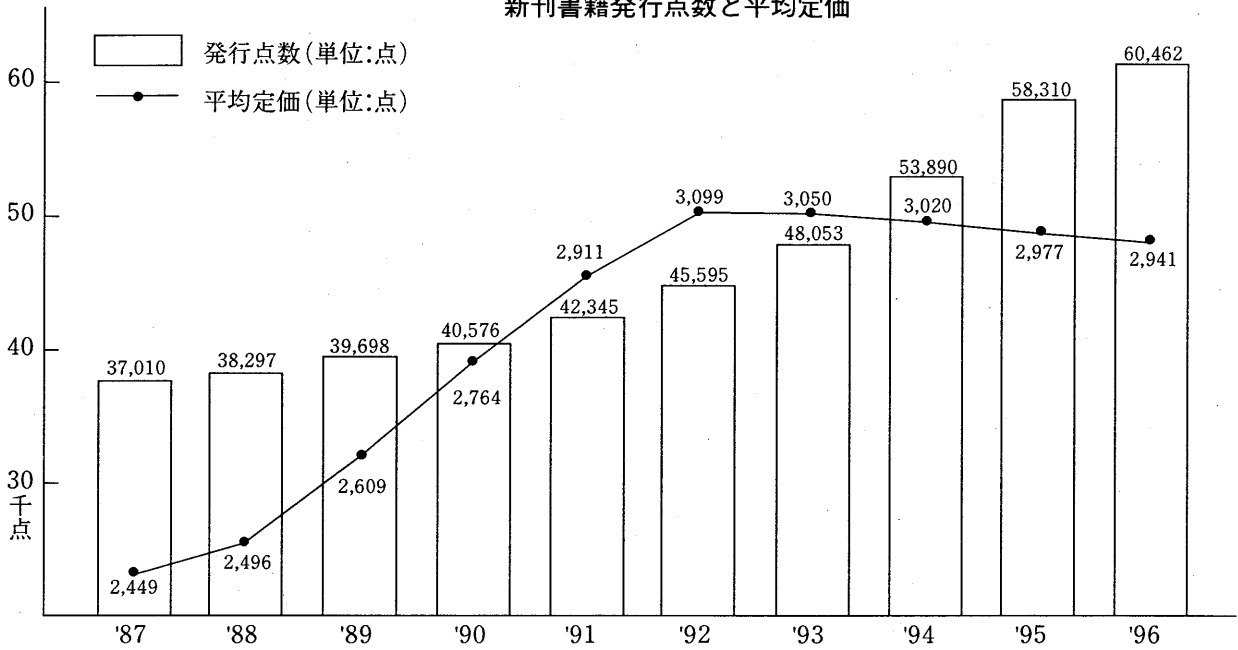
- (1) 長尾真「マルチメディア21世紀の見取り図」NHK人間大学、NHK出版、1997年、pp.106。長尾教授は平成9年11月、京都大学の学長に就任した。
- (2)(3) 「出版物、ゼロ成長に」日本経済新聞、1997年8月4日付

- (4) 布川角左衛門、岡田温、寿岳文章、鈴木敏夫、美作太郎『出版事典』出版ニュース社、1971年、pp.202.
- (5) 鹿島茂『新聞王伝説』筑摩書房、1991年、pp.32. pp.182.
- (6)(10) 田中薫「出版ということの意味」宮崎公立大学人文学部紀要、第4巻第1号、1996年、pp.70-71. pp.72.
- (7)(8)(9) 社会学研究会編『社会学概論』誠信書房、1973年、pp.138.
- (11) 布川角左衛門、岡田温、寿岳文章、鈴木敏夫、美作太郎『出版事典』出版ニュース社、1971年、pp. 192-193.
- (12) 山崎幸雄、塚田敢、福井晃一『デザイン小辞典』ダヴィッド社、1968年、pp.100-101.
- (13) ヴァルター・ベンヤミン著作集2、編集解説 佐々木基一『複製技術時代の芸術』晶文社、1970年、pp.70-71.
- (14) 鎌田弥寿治『写真製版技術小史』共立出版、1971年、pp.100-101.
- (15) 神尾健三『画の出るレコードを開発せよ!』草思社、1995年、pp.12-13.
- (16) 白田耕作『考えるマルチメディアー情報通信技術の革新』あすなる書房、1995年、pp.184.
- (17) 高田克太郎、中嶋正夫、吉澤輝夫、図書館科学会編『講座図書館学②図書館資料論』教育出版センター、1976年、pp.14-15.
- (18) 下中弘編『大百科事典7』平凡社、1985年、<出版>の項、箕輪成男執筆。
- (19) 「日本の出版統計」『出版ニュース』出版ニュース社、1997年5月中下旬号、pp.14-18.
- (20) 「新文化」編集部編『出版統計小事典、グラフで見る出版界'96』より、pp.9. pp.11.
- (21) 「王者<ジャンプ>失速」朝日新聞、1997年7月28日付夕刊
- (22) 「ゲーム雑誌、新機種登場と足並み、今や30種を超える」産経新聞、1997年7月23日付夕刊
- (23) 「児童図書バツタリ 少子化、テレビゲーム席卷」産経新聞、1997年9月11日付
- (24) 『標準編集必携』日本エディタースクール出版部、1987年、I S B Nの項
- (25) 神尾健三『画の出るレコードを開発せよ!』草思社、1995年、pp.219.
- (26) 田屋裕之『電子メディアと図書館』勁草書房、1989年、pp.16.
- (27) 『業界用語辞典』(マスコミ編)、柘植書房、1991年、pp.131.
- (28) 「池袋 巨大書店出現」毎日新聞、1997年9月2日付
- (29) 「三省堂書店、紙伝票を廃止、販売情報 電子データで」日経流通新聞、1997年7月1日付
- (30) 「書店は都会のオアシス」日本経済新聞、1997年4月8日付
- (31) 「出版物販売 長引く冬」日経流通新聞、1997年3月27日付
- (32) 下野誠一郎「海外出版リポート・アメリカ」出版ニュース、1996年9月上旬号、pp.17.
- (33) 鈴木雄介「マルチメディア時代の編集者」出版ニュース、1995年4月上旬号、pp.8-12.
- (34) 柴田忠男「混乱する分業体制ー誰が品質を守るのか」日経デザイン、1997年10月号、pp.88-95.
- (35) 「誰でも売れる本が書ける時代」ダカーポ、マガジンハウス、No.382、1997年10月17日号
- (36) 社会学研究会編『社会学概論』誠信書房、1973年、pp.142.
- (37) 「自宅でのパソコン利用率」日経流通新聞、1997年6月12日付
- (38) 「パソコン市場 伸び鈍る」朝日新聞、1997年5月8日付
- (39) 「作家たちのデジタル度 ワープロ派? 手書き派?」東京新聞、1997年4月11日付
- (40) 「価格破壊を促す電子出版」日本経済新聞、1997年4月13日付
- (41) 「百科事典は電子メディアで」毎日新聞、1997年4月11日付
- (42) 「宮崎駿の世界」アサヒグラフ、朝日新聞社、1997年7月18日号
- (43) 岡田斗司夫『東大オタク学講座』講談社、1997年、pp.7.
- (44) 「宮崎駿の世界」アサヒグラフ、朝日新聞社、1997年7月18日号、pp.11. pp.19.
- (45) ヴァルター・ベンヤミン著作集2 編集解説 佐々木基一『複製技術時代の芸術』晶文社、1970年、pp.13.
- (46) 荒木経維『天才になる!』講談社現代新書、1997年
- (47) 『「不思議の国のアリス」誕生の謎展』図録、アプトインターナショナル、1997年
- (48) 「芭蕉直筆<奥の細道>発見」毎日新聞、1996年11月26日付

年鑑

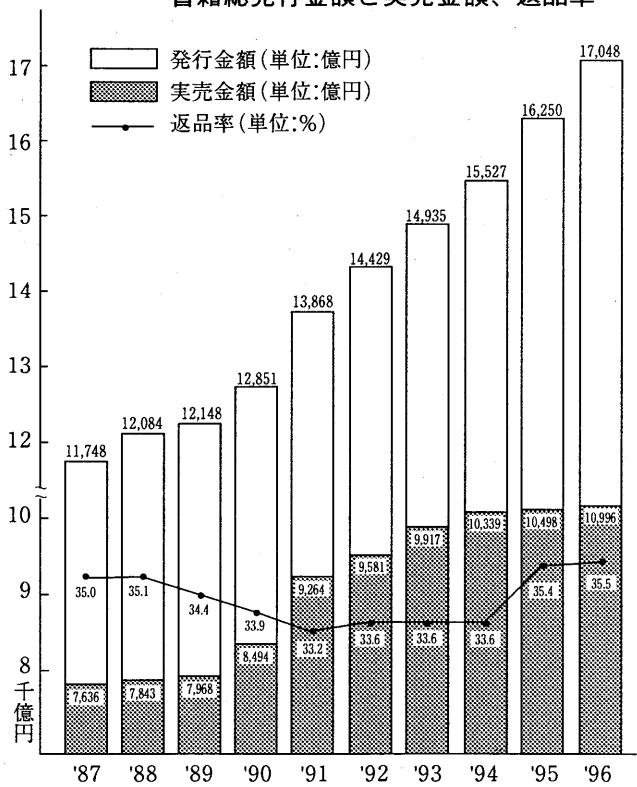
書籍・出版動向

新刊書籍発行点数と平均定価



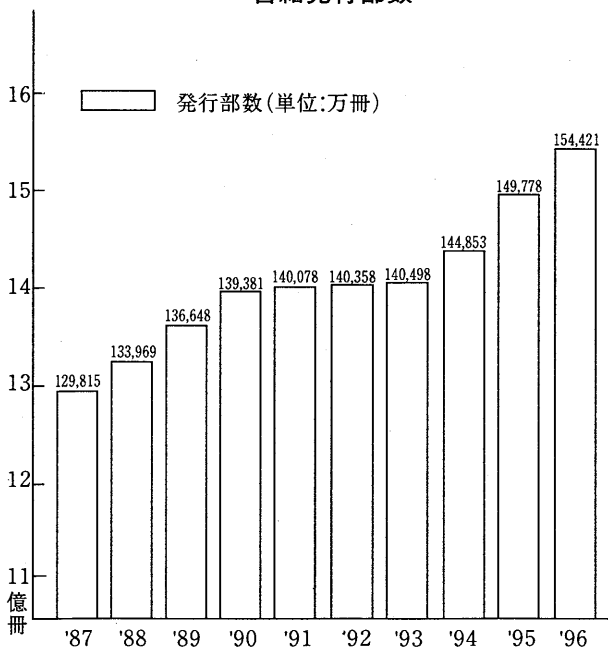
<図1>

書籍総発行金額と実売金額、返品率



<図3>

書籍発行部数



<図2>

「新文化」編集部編『出版統計小事典、グラフで見る出版界'96』より

