

出版ということの意味

田中 薫

I. はじめに

時代はどのように変わろうとも、つねに出版界をめぐる話題はつきない。しかし最近の日本の出版界で特に注目されている大きな話題が2つある。それは、「正味問題」と「再販制度の維持」の問題である。

現代人はたしかに現在、あまりにも多くの、次々と押し寄せてくるありあまる情報の洪水の中で、情報過多の生活を強いられているように見える。しかもそうしたさまざまな情報は、今や単に出版物を通してだけでなく、テレビやラジオ、新聞、雑誌、書籍、その他数多くの広報活動に伴う印刷物、広告など、あらゆるメディアを通じて、私たちの生活の中に入りこんできている。

したがって、そうした多種多様なメディアが錯綜し、さらに新しいメディアが次々に登場している現代では、一見、出版物などはもう過去の遺物。古くてしかも、すでに役割が終わってしまったメディアのように見えなくもない。

しかし、ほんとうにそうなのだろうか。その本質をよく見直してみると、実はまだまだ出版物の生命は終わっていないとも言える。なぜなら現代人の生活にとっては出版物との縁、あるいは出版活動との縁はまだまだ切れないと思われるからである。それどころかむしろ、その重要性に対する認識はますます高まってきた。

とはいえ、今や従来の出版物のような「紙に情報を印刷して製本したものだけが、書物であった時代ではなくなっている」。⁽¹⁾そしてさらに、電子出版などコンピューター技術を駆使した全く新しい出版物が登場してきたことにより、出版物の形態そのものも著しく変わっている。また、そうした変化に伴って、従来のような流れでの流通形態のあり方も、認識の大幅な変更が強いられるようになってきた。では出版業界の抱える問題点の一つとされる「正味問題」とは何なのだろうか。正味とは取次から小売書店に卸す時の値段のこと。だから経営の苦しい書店に対してマージンの数字を変えて、もっと大きくしてほしいという「書店側からの要望」に対する是非についての議論なのである。

しかし従来、「出版の自由」を保障するというたてまえから、各出版社から取次へ納品する時の数字は微妙に異なっており、この数字は版元と取次の話合いで決められていた。

したがって、例えば新規に出版界に参入した版元などは利幅が少なくおさえられ、不利であることも多かった。掛け率が低くおさえられていたからである。それに対して組織の大きな、取引が長く、伝統のある大企業は優遇されており、数字も大きいということが多かった。そうした版元と取次の力関係から生じる問題はさておき、従来より「利幅を増やして欲しい」という要望が小売書店側から強く出されているのである。

もう一つの問題である「再販制度」とは、新聞・書籍・雑誌の「再販売価格維持制度」つまり「定価販売制」のことである。現在はこの制度により全国一律に、誰もが同じ値段で新聞や書籍、雑誌を買うことができる。しかし、最近の毎日新聞記事の中で伊従寛が「1995年7月、公正取引委員会の再販問題小委員会が、著作物を一般の商品と区別する理由は見当たらず、独禁法で認められている著作物の再販制も理論的には全廃すべきであり、この問題を国民各層で議論することを求める中間報告書を出した」と書いている。⁽²⁾これは、「出版の自由」のたてまえに抵触し、公正の原則に反するから、あらかじめ定価を決めるのは独禁法違反であり、出版物の売値も他の商品と同様、個々の書店が独自に決めるべきだとの勧告に受け取れる。しかし、これに対して業界では「出版物の特殊性」つまり「出版物は他の工業製品とは異なる」という理由でこぞって反対している。そして、その是非をめぐる論議が尽きない。⁽³⁾

この点について、筆者は、「再販制度維持」を支持したいと考えている。本はたしかにその多くは商品ではあっても、石鹸や化粧品などと同じような単なる商品ではない。またそれらと同じような消耗品でもない。出版物の価値はあくまで内容にあるのであって、単純に〈価格〉の違いで買うものではないからである。だから買い手が「買う、買わない」という意思を決定する理由の第一は、書かれた〈情報〉の質による。

もちろん他の商品と同様、出版物の価格は買い手にとってより安い方がよく、「高ければ、欲しくても買わない」、あるいは「高ければ買いたくても買えない」という結果はありうる。しかし、それは、全く同じ本あるいは同じ内容の本に対する、単なる値段差によるのではなく、「現物と内容と価格」という三者のバランスがとれているかどうかによる。

したがって、現行の制度のように「全国どこでも、いつでも同じ値段で書籍や雑誌が買える体制」が確立していることが重要であり、そのおかげで、「誰でも、いつでも安心して書店に注文が出せる」のである。だからそうした現行制度の利点、その利便性を「出版文化の保護育成」のためにもっと大切に行きたいと考える。いずれにせよ、現在の日本の出版界は、再販制度という枠組みの中にある。そこで、その営業規模を把握するために、以下、最新の数字をあげて「(1) 売上げ額にみる日本の出版界の現状」を紹介し、さらに「(2) 出版業界が抱える問題点」を指摘して、〈業界の現状と問題点〉をさぐってみることにしよう。

(1) 売上げ額にみる日本の出版界の現状

1995年現在、日本では1年間におよそ5万8000点もの書籍が発行されている。その具体的な数字を『出版ニュース』1996年5月中下旬号の『『出版年鑑』'96年版にみる日本の出版統計』⁽⁴⁾ から引用してみると、まず95年の出版界全体の

「総売上げ額は2兆6,050億2,034万円(対前年比2.2%増)。うちわけは、書籍1兆498億900万円(同1.5%増)。雑誌が1兆5,552億1,134万円(同2.6%増)」となっている。そして「書籍の出版点数は、95年5万8,310点で前年より8.2%増。単純平均定価は2,997円で3,000円を切っている。また、雑誌は休廃刊誌142点(同96点)のほか改題誌31点(同46点)、発行所変更誌、復刊誌などがあるものの、95年の雑誌部門別発行点数は4,178点という数字が収載されている。また、その推定発行部数は、月刊誌29億3,748万冊。週刊誌21億7,902万冊。合計51億1,650万冊。これを雑誌の平均定価408円として算出すると推定発行金額は、2兆875億3,200万円となり、返品率25.5%として算出すると、雑誌の実売定価金額は1兆5,552億1,134万円となる。」

また『出版ニュース』の同じ号によれば、「出版社が4,561社で、前年よりも74社も増加している」という。ただし、出版業界の経営規模は総じて小さい。例えば出版社の従業員は「10人以下が2,108社と、全体の約46%を占めている。次いで11~50名が1,010社。51~100名が201社。1,001名以上が34社となっている。」出版社の所在地は「東京に3,578社と78%が集中している」そして、「4,561社のうち年間53点以上を発行しているのは247社である。また60点以上出版した社は218社、100点以上出版した社は115社であった。」ということからも、経営規模が大きくないということは言える。

もう一つ、この数字から言えることは、数年前から「紙との決別をうたうマルチメディア時代」が到来しており、すでに全く新しい時代を迎えているはずにもかかわらず、相変わらず従来型の書籍と雑誌の発行点数及び、発行部数は増えつつけているという事実である。

したがって、読書人口もわずかだがまだまだ増加しているように見える。一方、電子出版などの新しい技術が登場したことにより、すでに「マルチメディア時代が到来」したとも言えることから、今後は、急速に従来のような書物や雑誌という形での「出版物のあり様が、大きく変化して行くだろう」という大方の予測は否定できない。

(2) 出版業界が抱える問題点

当面の課題として、今、出版業界が抱えている大きな問題点を整理してみると次の3つがあげられる。

1. 正味問題について
2. 再販制度維持の問題
3. マルチメディア時代を迎えて、出版はこれからどうなるか

以上が、日本の出版界全体の最も高い関心事だが、その中味を明確にするために、「本来、出版とは、どう言う行為であったのか」という〈本質的な意味〉から問い直してみることにしよう。またその再確認により、近未来的、長期的展望が見えてくると考えられる。

そして、こうした状況を踏まえ、私たちの生活の中で〈出版〉あるいは〈出版するという意味〉、〈出版〉がはたしている〈役割〉、〈出版することの目的〉などを問い直してみたい。

そこで本論では以下、「Ⅱ 出版とは何か」「Ⅲ パブリケーションの主体」「Ⅳ 公表（パブリケーション）の手段と方法」「Ⅴ 出版活動の種類と出版物制作の簡易化」「Ⅵ 広義の出版改革——パブリケーション学部の提唱」という5つの章に分け、それぞれの問題点を検討して行くことにする。

Ⅱ. 出版とは何か

〈出版〉を表す言葉は、英語ではパブリッシング(publishing)という。また名詞化したパブリケーション(publication)という言葉には、「公表、発表、公布 出版、発行、刊行 出版物、刊行物」などの訳語があげられている。

しかし〈出版〉の問題点を考える時、一般的には、現在の出版活動における技術的な問題、あるいは業界の抱える構造的な問題点などに絞った形で論議される傾向が強い。だが、それだけでは本質的な疑問には応えきれない。そこで出版活動の本来の意味をより正確に把握するために、個人、団体、権力など、主として出版活動をしたと考えるさまざまな〈主体〉について考察する必要があると言えるだろう。

いずれにせよ、出版活動が成立する大前提に、インフォメーション(information)の存在がある。インフォメーションという言葉には「情報、知識、ニュース、通知、通告」などという訳語があげられている。こうした〈何らかの情報〉を〈何らかの手段〉で誰かに伝えようとする、〈伝えたい側の意思〉、いわば〈主体性のありか〉を無視できない。そこで「(1) 出版の概念——出版の定義とは」「(2) メディアの中で——出版とマス・コミュニケーション」という2つの視点から述べて行くことにする。

(1) 出版の概念——出版の定義とは

今日では、〈パブリケーション〉という言葉は「紙に情報を印刷して製本した書籍や雑誌などの出版物を流通機構に乗せて、一般読者のもとに配布する」という、やや限定された狭い意味での「出版活動」に絞って使われている傾向が強い。そこで「出版の定義」から再確認してみることにしよう。

出版の定義について、出版ニュース社が1971年に発行した『出版事典』で、次のように述べている。⁽⁵⁾

出版とは

「文書・図画などの著作物を、印刷術その他の機械的方法によって複製し、各種の印刷物の形態にまとめ、多数読者に頒布する一連の行為の総称」。

したがって、ここに示されているキーワードは〈著作物〉、〈複製〉、〈頒布〉という3つの言葉になる。そしてこの言葉を現代の〈出版業界〉という一つの枠組みの中でとらえると、次のようになる。

経済行為としての出版活動は、通常「著者—出版社—取次ぎ店—書店—読者」という段階的な流れをたどって成立するシステムとなっている。こうした流れで出版物が頒布される場合を正常ルートといい、それ以外にも流通ルートは数多くある。その場合、一般に「コンビニエンスのルートや卸売、図書館、鉄道弘済会、生協、スタンド、輸出入、割賦販売」⁽⁶⁾ など、9つの流通経路があげられることが多い。

しかし、こうしたルートだけでは、当然、同人誌や自費出版による書籍などのプライベートな刊行物及び、官報、広報、あるいは広告ではあるが出版物としての体裁を持つさまざまな刊行物などは、一部を覗き含まれないことになる。さらに、その他のさまざまなPR誌、社内報、広報紙(誌)、マニュアルブックも、大部分は含まれなくなってしまう。

この〈頒布〉という行為。これは産業化した現代の出版活動を成立させている最も不可欠の要素であり

「正味問題」も「再販制度維持問題」もここに含まれる。しかし、歴史的にみればこの成立は、それほど古いものではない。いわば今日のような形での近代的な出版流通機構が確立したのは、日本の近代史では明治中期、1880(明治20)年11月、当初131名の組合員の手で「東京書籍出版営業組合」が創立され、「以後、企業としての出版業を選ぶ者が現れはじめた」ことによるとされている。そしてこうした近代的出版産業が成立して以後、次第に今日のような形に整備されてきた。(7)(8)

しかし、見方を変えればこうした流通機構の手を経ない、私的な刊行物でも書籍や雑誌としての体裁を備えたものは、広い意味で出版物であると言っていい。つまりパブリケーションされたものであることには変わりがない。しかも多くの社会主義国などでは、資本主義国では常識となっている商業的出版物と非商業的出版物の区別さえないことによって、年間の累計総発行出版点数を示した統計報告などでは、全てが含まれた国さえある。これでは、同一条件での正確な比較などできない。そこで「ユネスコは1964年、各国に対し、書籍および定期刊行物規格の統一化に関する勧告」⁽⁹⁾を行っている。

また、出版物はどういう内容・形態であるにせよ、おおむね形があって残る。「基本的に活字メディアというのは、残すことを前提にして作っているメディア」¹⁰⁾であるという証言もあるくらい。だから、後の時代になってそれを見た場合に、最初に刊行された時点で「売り物であったか無かったか」などということは、あまり問題にされないことも多いだろう。商業的な出版活動が成立する以前の出版物で、今日の目で見れば歴史的な評価が高く、価値のあるものが多々あるし、そうした全ての古いものと同様、これから発行される出版物に対しても、その扱いはすべてが平等でなければならない。いつ、どこで、どんな価値が見だされるかは、誰にも分からないからである。

したがって現代の出版業界が抱える問題点をさぐり、問題の解決をめざすためには、もっと幅広く〈広義のパブリケーション活動の意味〉を論じるべきだと言える。そしてその場合は、産業化された出版活動に対してだけでなく、非商業的な出版物も含めた、より大きな視野に立って考え直す必要があるだろう。

そこで現在考えられる「問題の所在」を、出版の定義の中で示されている〈著作物〉、〈複製〉、〈頒布〉という3つの概念に絞って考察してみたい。特に〈著作物〉の項では、「著作者の主体性」を、〈複製〉の項では「出版社、印刷会社、製本会社の具体的な作業」を、さらに〈頒布〉の項では「書店、取次ぎ店などの流通機構」をといたように、分けて考える必要がある。そこでその内容を整理すると、

1. 著者——著作活動の動機

パブリケーションを行う、主体の所在をさぐる。自費出版なども含まれる。

2. 出版社——製造の代行業、出版したい情熱。その技術的変遷など。

編集作業にも創作性があるという意味で無視できない。

3. 読者側、利用者側の利便性——再販制度、正味問題、書店経営の変化など。

大規模郊外型書店の流行傾向。注文した本が届くのが遅く、また届かないなどの流通をめぐる問題点、仮想現実書店の可能性など。

以上、3つの問題点が考えられる。

(2) メディアの中で——出版とマス・コミュニケーション

出版物の特徴は、メディア(media)の一種であるという点にある。メディアには多くの種類があるが、中でも〈出版〉は〈パーソナル・メディア〉と言ってもよく、特にミニコミ的要素が強いところが他のメディアとは大きく異なる点であると言われている。そこでメディアの全体像を把握し、その中で〈出版活動が占めている位置〉、さらに他のメディアとの比較における〈出版の特徴〉などを、あらかじめ把握しておく必要があるだろう。

1. メディアの種類——パッケージ・メディアと放送メディア

メディアという言葉は通常、〈媒体〉という意味にとらえられている。要するに中間層に介在する、何かのことである。こうしたメディアには、パッケージされた内容が物流機構を通すことによって、ユーザーのもとに届けられる、いわゆる「①パッケージ・メディア」と、電波や電線などを利用し、不特定多数に情報を瞬時に伝達する「②放送、有線系メディア」。相互の情報交換、互換性を得意とする「③通信系メ

ア」など、大きく分けて3つの種類がある。その代表的なものをあげると次のようになる。

- ①パッケージ系メディア——新聞、出版（雑誌、書籍）、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

2. メディアの中での位置——4つの言葉の比較

「出版活動」とはあらためて言うまでもなく、上記に示した数多くのメディアの中の一つにすぎない。しかしまた、さまざまなコミュニケーション (communication) 活動の中の、一つの領域でもある。

そして、こうしたコミュニケーション活動を表す分野には、マス・コミュニケーション (mass communication)、マス・メディア (mas media)、ジャーナリズム (journalism)、パブリケーション (publication) などという言葉で表される、互いに異なる類似した世界がある。しかし、これらの言葉の意味、ニュアンスには微妙に差がある。そこで、それぞれの言葉の意味、特徴、概念などを、あらためて英和辞典⁽¹⁾を引いて、比較検討してみたい。

①コミュニケーション——辞典には「(思想、情報などの) 伝達、通信、文通、報道、意思の疎通」とあるが、お互いに同じ高さの目線に立った相互の意思伝達という意味合いが強い。

②マス・コミュニケーション——「(新聞・放送などのマスコミによる) 大衆伝達」のことでマス・メディアと同義語のように使われることが多いが、いずれにせよ、ある一方から大量の特定の情報を「不特定多数の受け手にすみやかに伝達する」というイメージが強い。

③ジャーナリズム——「新聞、雑誌、テレビ、ラジオなどの報道記事の取材・執筆、新聞・雑誌界、報道関係」などのことで、いわゆる<報道>活動の一環そのものをさしているが、単に情報を一方的に伝えるだけでなく「論評等の意見や、見解」など、書き手の側の主観が加わるところが大きく異なる。

④パブリケーション——「公表、発表、公布 出版、発行、刊行 出版物、刊行物」という意味であり個人、団体、権力など、<パブリケーション>する主体はさまざまだが、どちらかと言えば何らかの情報を何らかの手段で伝える、<伝えたい側の意思>、<創作活動に取り組む情熱>、その<主体性>などにウエイトがあると言ってよいだろう。

Ⅲ. パブリケーションの主体

次に問題となるのは、「誰が、誰に向かってパブリケーション活動をするのか」という<パブリケーションの主体>についてである。そしてそれは、パブリッシング (publishing) という行為を行う<出版の主体>を論ずる時、出版社側の仕事に属する技術的な側面、つまり<編集作業>のことを表すエディティング (editing) という言葉に含まれる問題を論ずる時、さらに出版したい<著者側の動機>つまりモチベーション (motivation) を論じる時とでは、当然異なってくる。ではその本質的な違いは何か。

出版物は<著作物>である以上、複数、個人を問わず必ずその背景に<著作者>がいる。さらに重要なことは、著作者が情報を発信したいと考える<著作活動に至る動機>の所在である。こうした意思を持った個人や団体を、ここでは仮に<著作の主体>と名付けたい。

次に問題となるのは技術的な表現についての歴史的な変化である。それは主として<複製>の方法に関する<技術的な変遷>をさすと言ってよい。これは「初期の手書き本」が作られた時代から「印刷本の登場による革命的な変化」そして、それ以後の進化など、さまざまな本作りに関わる変化についての考察である。さらに、そうした刊本が出現する以前の、多様なパブリケーション活動についても、言及する必要がある。だが、この経緯については、別稿でふれることとしたい。

またこうした<パブリケーションの主体>を考える時も、近代的出版産業が成立する以前と以後を分けてとらえる必要がある。

しかしここでは、時代を越えて常に存在しているパブリケーション行為に至る<動機>を重視したい。そこでまず「(1) パブリケーション活動の発達段階——第1段階から第4段階へ」「(2) パブリケーションの主体——パブリックな主体と個人の発信」、「(3) パブリケーション (公表) の動機——自己存在の確認としての個人の発信」、「(4) 2種類のパブリケーション——原著と総説」という4つの項目をあげて、

〈パブリケーション活動の特性〉について考えてみよう。

(1) パブリケーション活動の発達段階——第1段階から第4段階へ

パブリケーション活動の発達段階は通常、次のような4つの段階に分けて考えられている。

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」

一口に出版活動と言ってもその詳細は、〈パブリケーション活動の段階的発達〉という視点でとらえてみると、上記のような過程を経て今日に至っていると言える。

そして現在、我々が目にしているような「書物」の形態が誕生するのは、西暦105年に中国の蔡倫によって紙が発明されてから以後の現象と言ってよい。その形は、「卷子本——折本——冊子本」という順序をたどって進化し、発展してきた¹³。

さらに1445年ドイツのグーテンベルクの手で印刷術が発明され、今日、我々の身の回りに無数にあふれている「印刷本」の、最初の形態が登場するに至ったことの意味は大きい。印刷本の登場によって始めて情報の普及効率が飛躍的に高まり、その結果、今日われわれが甘受している〈マス・コミュニケーションの社会的機能〉が成立したと言えるからである。平凡社の『大百科事典7』の中で箕輪茂男が指摘しているように、それにより「①報道 ②論評 ③教育 ④娯楽」という4つの〈マス・コミュニケーションの社会的機能〉が確立した。¹³

しかし、将来、技術の進歩によって、本の形がどのように変わって行こうとも、〈パブリケーション行為〉という、人間にとって最も重要な営みが全く消えてしまうことはないだろう。人類がさまざまな人々の智慧の積み重ねによって得た英知、あるいは意思などを、時代と場所をこえて第三者に正しく伝えていくために、文字の発明と書物の発達がはたしてきた役割は大きいからである。

こうした流れからも分かるようにもともと〈本〉という文字は一本の木の形をした象形文字の下の方の根元に近い部分をさした指示文字であり「〈木〉という漢字の下に一を加えたもの。つまり、物の根本、根源を示したものである。木の上に一を加えると〈末〉という字ができる。これは末端、終末を表す。本という字は本末の本。この世の基礎根底が本である。本があって末が栄えるのである。それが原本とか手本と言うようになり、遂には今日の図書の意味に用いられるようになったのである」と、鳥生芳夫が1944（昭和19）年発行の『本の話』の中で述べている。¹⁴

(2) パブリケーションの主体——パブリックな主体と個人の発信

パブリケーション活動を行うその主体には、〈パブリックな主体〉と〈一個人の発信〉という2つの種類が考えられる。

1. パブリックな主体——官報、広報、広告・宣伝、おふれなどの形で発信される個人以外の情報

①官報——政府から一般に周知させる事項を編纂して刊行された国の機関紙

②広報——広告し知らせる活動

③広告・宣伝——主義主張や商品の効能などを説明し広めること

これらは、いずれも権力や団体、企業など公的機関が情報を公にし、情報の伝達及び宣伝などをする必要がある場合の手段であり、特にここでは刊行物という体裁をとったものを想定している。ただし次にあげる「一個人の発信」に属するものとは、あきらかに主体が違うので分けて考えたい。では〈パブリケーションの主体〉が個人にあるものにはどんな種類が考えられるだろうか。

2. 一個人の発信——アート（芸術）表現、例えば文学、美術及び学問的な研究とその成果の発表

①芸術——造形芸術（彫刻、絵画、建築）、表現芸術・表情芸術（舞踊、演劇など）、音響芸術（音楽）、言語芸術（詩、小説、戯曲など）、映像芸術（写真、映画、ビデオ、CDなど）

②学術——学問研究のすべて

芸術分野を除く学術的研究のこと

上記の2つの分類の中で、特に(2) - 2.の部分に相当する〈一個人の発信〉について、それを行う動機にはどんなことが考えられるかを次の項で述べてみよう。

(3)パブリケーション(公表)の動機——自己存在の確認としての個人の発信

人はなぜ皆こうしたパブリケーション行為に及ぶのかと言えば、ある程度精神的なゆとりができること「この世に生きた痕跡を残したい」と思うようになるからではなからうか。何らかの方法で、あるいは自分の最も得意なジャンルで「第三者に認められたい。誉められたい」という気持がおこる。それは芸術家や芸能人に限らず、実業家でも同様である。国家が個人の業績を顕彰する叙勲制度などは、そうしたニーズの上に成り立っている。それだけでなく学者が学問研究に励むのも、第一の目的は「真理の追求」だが、同時に、成功した結果もたらされる、〈栄光の瞬間〉を、全く夢みないという人はあまりいないだろう。

このように、多くの人間の心の底には、常にどこかに〈喝采願望〉とでも名付けたらいいかもしれない〈深層心理〉がある。またその目的を達成する手段や方法は、「スポーツの世界でいい成績を残す」ことや、「芸能活動で人気者になる」ことなど無数にある。

一方、成功した時は成功した者への妬み、恨み、いじめなどの〈心の病〉が周囲の人の間にしばしば発生しうる。しかし、そうした暗い側面は何故か見過ごされがちである。

だが、そのようなエネルギーが、〈生活のレベル向上〉という深遠なテーマに対して、限りなく創意工夫をし続ける、プラスのエネルギーに変化することも事実である。

たしかに土器の本来の機能は、例えば〈食物を煮炊きする単なる「道具」〉だったにすぎないし、食物や物を〈貯蔵する実用的な道具〉でもあったろう。しかし、祭りや祝いの時、また祈り、歌う時など、まつりごとの際もしばしば使われたと考えられている。となれば、これは立派に〈精神的な機能〉もはたしていると言えなくもない。

ところで人間の特徴は「全く一人だけの力では生きて行けない」というところにある。したがって人間が営むすべての行為は、さまざまな「労働力や智恵の結集」、つまり多くの人々の力と英知の「共同、協力」によって成立していると言える。それは時間軸と空間軸に属する「①同時代のあらゆる人たちの手で開発された〈幅広い知恵とエネルギーの結集〉」によるものと、「②古い、歴史的な過去の英知も時代を隔てて受け継がれ、利用される」という、2つのファクターによって成り立っている。それはあたかも縦軸と横軸が微妙に調和しつつ、からみあって成立している織物でもあるかのようである。

実はそうした「集積された英知の不特定多数への伝承」という役割を、最も有効的に担ってきたのが〈本〉あるいは〈出版物〉そのものだったのである。このように出版物は、昔も今も人間の生活を維持するために欠かせない「密接不可分の存在」であったと言ってよい。

ところで本来、〈創作〉という行為は、生活のための道具の制作であれ、美術や音楽作品の創作であれ、文学作品の執筆であれ、広義に解釈すれば、人間がより快適な生活を求めて利便性を追求する〈実用性〉を重んじるどころから出発しており、それが発展して今日のような形になったと言っていい。

しかし、現代の〈創作活動〉を考えた時切り離せない〈芸術〉という概念は、もはや〈精神的な実用性〉の域になっている、という意味で少し異なる。今では芸術は直接、実用的な機能性を求める存在ではないからである。

現代の芸術家たちの多くが、さまざまな表現方法や手段、素材を媒介にし、日頃から創作活動に挑んでいるのは事実である。ではこうした〈表現のための表現〉というような概念は、いつ頃から現れて来たのだろうか。これは意外に新しく、印象派の登場などによって人々の意識が変わった19世紀以降になってからであり、きわめて近代的な概念なのである。

一方、人類最初のパブリケーションの主体者は、おそらく集団の指導者たちであっただろう。集団のリーダーの存在、そこに見えるのは実は〈神々〉のイメージである。

例えて言えば荒野の中を、ある方向に向かって「真先に駆けだして行く人」のような存在であり、そこ

には原初的な形での「リーダーシップの発生」が見られる。そしてそうしたリーダーの意思を伝える、情報伝達行為こそ「パブリケーション活動の原点」なのである。

いずれにせよ、人はいつでも、誰でも、どこにいても、自ら考えたことを、あるいは何らかの意思を「誰かに伝える必要」があった。また「伝えたいという欲望」もあった。より幅広く、より不特定多数の人に。そして、支配し、命令し君臨するために。そうした〈意思〉を最初に強く持ったのは、要するに〈支配階級〉であったと言える。

だから、近代の芸術家たちが行った表現活動のような「個人のパブリケーション」と、王のような立場にあった「権力者の側からのパブリケーション行為」とは分けてとらえる必要がある。

一方、情報の公表・公開がもたらすメリットははかりしれない。

「情報の公開」の方法は、当初は為政者が「伝えたい意思」を伝えるために発信する高札、あるいはお触れ書きのような素朴な形から始まったと考えられる。そして後には支配を目的とした、〈発布〉というような形式をとることも多かっただろう。その結果、情報は常に意識的にコントロールされることになった。したがって支配者側の都合や政治形態によって、「言論・出版・表現の自由」が保障されないという事例も過去には多かった。B.C.213年に焚書坑儒を行ったとされる秦の始皇帝や、アドルフ・ヒトラーの例をもちだすまでもなく、世界の歴史をひもとけばそうした例は枚挙に暇がない。

一方、なぜ多くの個人は〈著作行為〉に及ぶのであろうか。動機として考えられる背景には、まず「公表したい熱情」の存在がある。人は、さまざまな手段と方法で何かを表現することによってアイデンティティ (identity) を求め「自己存在の確認としての発信」を行っていく。そこで欠かせないのは、こうした著作活動に至る動機に対する認識である。

(4) 2種類のパブリケーション——原著と総説

今日のような形で先進国が近代化をとげる以前に、中世の研究者たちが置かれていた状況と比べれば、今日、学問・研究にたずさわる人々の世界は、かなり恵まれているようにも見える。なぜなら、多くの先進国では大学や大学院、研究所などの施設が完備しているし、きちんとした研究者を育成する機関もあり、指導者もいて、効率よくリードしてくれることが多いからである。

また、正規の身分であれば給料という形で、生活が保障されていることも多い。しかし、同じ独創性が重視される世界であっても、アート系にたずさわる人たちの方はもっとはるかに条件がきつい。こうしたアート系の置かれた状況については次の「IV 公表 (パブリケーション) の手段と方法」の章にゆずるとして、とりあえず学問的な研究の世界について考えてみよう。

1. 原著と総説の区別——オリジナルと啓蒙活動

学術的な論文や著作物の種類には「原著と総説」の2種類があるということを、医学書院の長谷川泉が『出版人』という書籍の中の「学術書・誌の特徴は何か」の項で述べているので、それを引用して違いを説明しよう⁴⁹。

「学術的な論文や著作物に、原著と総説の区別がある。原著というのは、オリジナルともいわれる。自己の骨身をけずった研究業績のことをいうのであって、営々と実験や研究を積み重ね、その結果として導きだされたデータや新見のことを言うのである。血と汗の結晶である。ノーベル賞をはじめ、およそ〇〇賞といわれる賞が与えられ、その成果が顕彰されるのは、このような業績に対してである」そして、「そのような原著に対して、総説というものがある。総説は紹介や啓発の作業である——中略——学問の進歩や学説の概要が手っとり早く、要領よく解かれればよい」

しかし、こうした意味で本質的にはあきらかに原著に相当する研究であっても、見方を変えればそうした学問・研究にたずさわる条件にはもう一つの違いがあると言える。それは公的か私的かという「意思の違いによる分類」である。

2. 意思の違いによる分類——公的研究か私的研究か

①公的研究所、研究機関に所属して行う調査・研究・分析など——給与、研究費等も含めて、いわばお金を貰いながらやる研究で、各種財団からの経費負担なども含まれる。

②個人的な自由意思による自発的な研究——すべての経費は自分持ち、寄付なども含めて。

という2つのグループに分類できる。

だが、少し歴史的にさかのぼってみると面白いことに気づく。かつてわれわれの生活にとって重要な影響を与えた偉大な「発明・発見」が多々あった。しかし、その多くは個人の意思が先行して研究活動に入ったものが目立つことである。このような、個人の先駆的なひらめきが出発点となって、着手されたと思われる研究が、歴史的には意外に多かったという点に、あらためて注目したい。

いわば個人プレー。個人の「突っ走り、先にありき」という構図。だが、その結果達成されたと言ってもいいような業績の比率が高い点に興味尽きない。ただし、一つの成功例の裏には、はてしない無数の失敗例が横たわっていることも忘れることはできないが。

児童図書などによく見られる、科学者などをテーマにした「偉人伝」の主人公たちは、そのほとんどが、個人的な動機から研究活動に取り組んだ例ばかりと言える。そして「艱難辛苦をのりこえ、失敗を何度もくりかえした末に、最終的に成功する」。アルフレッド・ノーベル伝、キュリー夫人伝、ライト兄弟伝、豊田佐吉伝、平賀源内伝などの伝記物は、いずれもそうしたストーリーを持っている。けれども、そこには、2つの大きな問題点が残る。

3. 研究の自由の問題——自由の結果は

こうした多くの科学者たちのような〈パイオニア精神〉は常に礼賛されるべきことだが、その反面、問題も多い。それは研究の成果が積み重ねられて、いくら科学技術が発達しようとも、常に、核戦争の問題や地球環境の汚染、環境保護の問題など、新たな問題が続出しているように、科学技術の進歩は、必ずしも人類全体の幸福の追求に貢献しているようには見えないことである。したがって、あくまで研究の成果は、単にあげればよいのではなく、その応用の仕方が問題となる。それが一つ。

もう一つは「自由な研究」をした結果、憲法で保障されている「言論・出版・表現の自由」という問題に抵触することがありうるということである。

憲法第21条〔集会・結社・表現の自由、通信の秘密〕では、次のようになっている。

①集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。

②検閲は、これをしてはならない。通信の秘密は、これを侵してはならない。

しかし、このように「報道・言論・出版・表現の自由」が憲法で保障されていることは、素晴らしいことだが、一方で「プライバシーの侵害」などの問題が容易に派生するという点を見落とすことはできない。浅野健一が『マスコミの報道犯罪』⁴⁶の中でこうした問題（冤罪事件など）をテーマに著書を出し、実例を紹介している。そこでとりあげられた例のように、「報道の自由」ということから、マスコミによる行き過ぎた取材・報道が行われた結果、「他人を傷つける」という事例がしばしば起きている。

特にエログロなどに関する〈有害コミック書〉や〈発禁本〉などの問題も同様であり、ケースによっては犯罪として裁かれることもしばしばある。このように「出版物が害悪を及ぼすことことがありえそう」ということは誰もが一応予測できる。⁴⁷しかし、この問題は取扱に慎重さを必要とする。

たしかに、時折話題となる「有害図書の撲滅、規制問題」のように、目にあまる出版物が刊行された場合、一見何かの力で制限し、事前の予防策をとることが必要であるかのように見える。⁴⁸しかし、それは望ましくないことなのである。なぜなら、あきらかに「言論・出版・表現の自由」に抵触するからである。そしてこうした検閲を一旦許せば、権力の側による思想的な取締りに転化しやすい。「国家権力による規制（検閲）は厳に排除される。思想、良心、信仰、学問の自由などは、ともに重要な基本的人権であり、わが国では憲法第21条がこれを保障する」（『出版事典』「言論・出版の自由」の項より）という見解のように、そうなるとあきらかな〈自己矛盾〉となる。⁴⁹

その結果もたらされる最終局面は結局、庶民の不幸という破局にほかならない。戦時中「出版統制」により、自由な出版活動は激減し、1944（昭和19）年から翌年にかけては壊滅的状况であったことが、布川角佐衛門の『出版の諸相』の中で詳細に報告されており、出版活動の浮沈は社会状況のあり方と密接にかかわっていることを物語っている。⁵⁰

このように、研究者の個人的動機による活動も、その重要性は否定できないが、一方でマスコミにおけ

る冤罪事件報道の例と同様、いかなる研究も創作も公表された結果、その成果が一人歩きをするところから、さまざまな新しい問題が派生するという側面を見落とすわけにはいかない。さらに最近では〈偽書〉をテーマにした著作も目立つようになり、これは〈フィクション〉と〈ノンフィクション〉の狭間をめぐる新しい問題が、多々発生してきていることを物語っている。

IV. 公表（パブリケーション）の手段と方法

マス・コミュニケーション、ジャーナリズム、メディアなど、言葉はどうであれ、またその細目がどのように異なろうと、これらの機能、つまりそれらの活動がはたしている基本的な役割は、〈原著と総説の区別〉になぞらえれば、〈総説〉の領域にあたる活動と言っている。〈報道〉は報道する取材対象がなければ成立しない。その原材料、つまり〈報道のための取材対象〉提供をすることこそ、〈原著〉にあたる部分の活動と言える。そしてそれを提供するのが、主として芸術表現系の役割なのだ。

芸術表現系の分野では、自分が創作した作品を、第三者に衆知し、認知させたいと考えた場合、さまざまな公表手段が考えられる。しかし素材やメディア、そして表現技術などの側面は別にして、そうした行為に至る〈公表の動機〉という視点から考えてみると、芸術の世界も学問の世界と同様、大きく公的なものと私的なものと2つの種類に分けられると言えよう。

マス・コミュニケーションの分野でも、はじめから売れることを目的として、商業出版活動の組織（例えば出版社）に帰属しながら、その一員として創作活動にたずさわるということは多々ある。さまざまなメディアあるいはジャーナリズムの内側で仕事をするなど、むしろその典型と言ってもよいだろう。そういう意味では出版物の企画・制作・編集などの仕事もあきらかにこれにあたる。

しかし、注目したいのはもう一つのパブリケーション活動である〈作者の主体性〉が先行したケースについてである。そして、それは芸術性の高いものほどオリジナリティの有無が問われる。したがって作者の主体性がより重視されることになる。

また、どんな形にせよ一旦創作され、発表されたオリジナル（original）は〈私的な段階から公的な段階へ〉と、そのあり方が順次変化して行くという点が見逃せない。当初プリミティブな形でパブリケーションされた作品（オリジナル）が、「次第に世間に認められ、評価が高まるにつれ、より多くの人に知られて行き、ついにはメジャーになる」という、〈情報の出世〉のような現象がおこることはいくらかでもある。そこでここでは「(1) パブリケーション活動の展開——私的段階から公的段階へ」、(2) 直接表現によるパブリケーション活動——表現芸術・表情芸術」、(3) 間接表現によるパブリケーション——文字を主体にした表現〈言語芸術〉及び〈映像芸術〉」の3つの視点について考えてみよう。

(1) パブリケーション活動の展開——私的段階から公的段階へ

別に「ばら——すずき——ぶり」と、成長するにつれて名前が変わる「出世魚」の例を持ち出すわけではないが、〈著作物〉も「生原稿から出版物へ」そして「マイナーなミニコミからメジャーな名作へ」と、段階を追って変化して行くことが多い。いわば「私的段階から公的段階へ」と変わって行く、こうした変化に、最も有効的に機能するのが、実は〈出版活動〉なのである。そしてそれこそ〈出版の役割〉でもある。

例えば宮崎公立大学で平成8年度の卒業論文執筆のため、若山牧水の著作・出版活動を研究した田村明子の調査によれば、宮崎県出身の若山牧水に関連する書籍は、現在180冊あまりが知られているという。そのうち約40冊は生前の本人の著作であり、残りの140冊あまりは、本人の歌をまとめた歌集及び本人以外の第三者の手でまとめられた、いわば「牧水をテーマにした他者の作品」であるという。そして、現在も新しい著作物が刊行され続けている。そのいずれもが、第2次的著作物であると言っている。

このように、どのような形にせよ「一旦発表された作品は一人り歩きする」。それはまるで池に投げ込まれた一個の小石による点のようであり、その存在が時間の経過とともに広がっていく様子は、あたかも波紋のようでもある。「作品はまさに生き物」。これに類似した伝播の足跡をたどって、やがては世界中の人々に知られるようになり、今日では「古典、名作」として親しまれる存在となった作例は枚挙に暇がない。

いわば〈古典〉とされている著作物は、全てがそういう経過をたどったものばかりと言っても過言ではないだろう。だからこうした〈古典・名作〉は学問の領域で区分けされている〈原著〉と、その存在の仕方がよく似ていると言える。

しかし、このようなパブリケーション活動が有効に機能するためには、〈メディアの介在〉が不可欠なことはすでに述べた通り。だが全てはその原点、つまり「最初の小石による、池の上の波紋の始まり」の〈小石〉に相当する、「直接表現によるオリジナル作品」がなければ始まらない。

絵画の場合は画家によって描かれた〈オリジナル作品〉の存在が最も重要だし、文学作品は原稿用紙などに書かれた〈原稿〉がなければならない。それどころか、必ずしも原稿用紙にきちんと書かれたものとは限らない。単なるメモのような走り書きでさえ、あればそれで十分なのである。例えば有名な宮沢賢治の「雨ニモマケズ」という詩は 1931(昭和6)年頃、本人が使っていた手帳に鉛筆書きされていたものだし、²⁰ ホイットマンの推敲を重ねた手書きの原稿や、オスカー・ワイルドのノートに書かれた原文などの、いわばオリジナルのマニュスクリプトの姿は、それを所蔵するニューヨークのパブリックライブラリーの刊行物でも写真で紹介されている。²¹

そして、舞台芸術などの分野も台本の存在は不可欠であり、全くないというケースは例外的である。こうした文字による世界を〈言語芸術〉とよんでいる。それ以外にもいくつかの〈直接表現によるパブリケーション活動〉がある。

また、メディアを通さずに、メッセージを直接表現する世界があることは誰でもよく知っている。演奏という方法により表現する音楽〈音響芸術〉や、舞台の上で生身の人間が、声や肉体による演技によって、直接表現する演劇、舞踊、寄席芸などの〈表現芸術〉や〈表情芸術〉の世界。そしてもう一つ、さまざまな〈物質を使う芸術家の表現〉、特に美術と言われているものに〈造形芸術〉の領域がある。さらに、言葉や映像によって構成された、観念やイメージの世界とも言える「(3) 間接表現によるパブリケーション——文字を主体にした表現〈言語芸術〉及び〈映像芸術〉」がある。

(2) 直接表現によるパブリケーション活動——表現芸術・表情芸術

1. 体を使った表現、舞台芸術など〈表現芸術・表情芸術〉——肉体や声、楽器などを使って表現し、広場や劇場等で演じられるものを、鑑賞者が身体的器官で直接鑑賞する世界。

2. さまざまな物質を使う芸術家の表現、とくに美術の領域〈造形芸術〉——絵具、彫刻素材、建築材料等を利用して、ビジュアルな平面や立体などの構築物を作り、その物体から何かを感じ取らせることによって、作者のイメージを伝える世界。

ここでは、パブリケーションされたものを受け手が受けとめる段階が、劇場や展覧会での鑑賞行為という、鑑賞者と作品(発表者)の接点が直接的な接触によるものみに区分した。したがって、次にあげる文学のような〈言語芸術〉の世界及び〈映像芸術〉とは便宜的に分けて考えている。特に、映像芸術は、広い意味では造形芸術の一種に入るが、展覧会や劇場などで直接、作品を鑑賞することが可能であることから、ここでは便宜的に(2)-1.の領域に類似するものとして区分した。

(3) 間接表現によるパブリケーション——文字を主体にした表現〈言語芸術〉及び〈映像芸術〉

ここで言う〈言語芸術〉とは、文字によって表現された全ての文学的な領域のことであり、そのほとんどは生原稿、つまり著作者によって創作された段階のオリジナルのままではなく、「書籍や雑誌などに掲載されるか、自費出版するか」も含めて、形はどうあれ出版物として〈複製〉されて、発表されたものをさしている。通常、こうした〈文学〉という言葉で表されている世界には小説、評論、詩、短歌、俳句、戯曲などがある。

また芸術とはあきらかに別個の世界だが、広い意味では〈学術研究の成果〉も、発表される時の形は、文字が中心となったものに、ビジュアルな要素が加味された〈出版物〉という形式を通して行われることが多いので、便宜的にここに含めて考えることにする。さらに〈出版物の素材〉として、今や、文字原稿だけではなく写真、絵画、イラストレーションなど、さらにマルチメディアの素材までを含めると、表現

のための素材の種類はきわめて多岐にわたる。そこで、とりあえずその2つの分野を分けて〈言語芸術〉と〈映像芸術〉という言葉でくくって考えてみることにする。

1. 文字によって表現される世界——文学、学術研究ほか

文学、学術など内容によるその区分方法はいろいろだが、全ての成果は結局、最終的には印刷・製本及び映画、ビデオ、CDなども含めた〈複製化〉の技術を借りることによって、書物その他の出版物に仕立てられパブリケーションされて行く。

そして、さらに最近はいくつか複数の領域の組み合わせによって成立する総合的な表現、つまりミックスメディアの比重も増えてきた。現在は「表現の多様化」の時代なのである。

2. 映像・写真・絵画・イラストレーションなどによる文字以外の表現世界〈映像芸術〉

一口に映像と言っても「写真・絵画・ビデオ、CD」など、その種類は多種多様である。

しかし、〈表現芸術・表情芸術〉など、前項(2) - 1. で示した、人間が直接表現することで成立している世界も、現在は写真・ビデオ・絵画などの技術を駆使することによって映像として記録され、さらに編集という作業によって形を整えられ、さまざまなメディアの中に組み込まれて、パブリケーションされていく。そしてその映像技術の進化、新しいパブリケーション手段開発の延長線上に、今日最も重要なテーマの一つとされるCDやマルチメディアなどの〈ニューメディアの世界〉が位置している。

さらに(2) - 2. であげたような〈造形芸術〉の世界の作品も同様の手続きでパブリケーションされるが、その原点は手書きのオリジナル原画や絵画、イラストレーション、さらにプリントされた写真やビデオ・テープなど、さまざまな形の〈原稿・原画〉の有無にあり、それが写真技術の力を借りて複製され、画集、写真集などの形に作られる。彫刻や建築もまた同様の手続きを経る。さらに動く映像を扱った映画やビデオ、さらにCDまでを含めた多種多様な新しい〈出版物〉も、手続きとしては同様の手順を踏んでいる。そしてそうした機能の作業部分を受け持っているのが、〈出版社(者)〉であり、〈編集者〉たちなのである。またそうした作業部分としての編集作業自体も、パブリケーション活動として位置づけられる創作性の強い領域の一つである。だから編集者の作業にも、創作的な要素とセンスの有無が欠かせないことは言うまでもない。

V. 出版活動の種類と出版物制作の簡易化

すでに述べたように、全ての人間が営むパブリケーション活動は、結局それが成立するためには、全てが〈広義の出版物〉として形作られ、そこに収斂されて行く。ではそうした出版物の種類には、どのようなものがあるだろうか。ここでは次のような「(1) 出版物の種類Ⅰ——日本十進分類法」「(2) 出版物の種類Ⅱ——商業出版か、非商業出版か」という2つのグループによる区分と、そうした活動を容易にしている技術的な側面の変化、つまり「(3) DTPの発達によるパブリケーション活動の簡易化」という、最近の傾向を加えた3本の柱について紹介しよう。

(1) 出版物の種類Ⅰ——日本十進分類法

現在、図書館に収蔵されているすべての収蔵品、あるいは書店で販売されているほとんどの商品が出版物かあるいは、それに類似する〈パブリケーションされたもの〉と言っていい。そしてこのように出版物の形をとって刊行されるテーマは、人間の営みに関する全ての領域が含まれる。それは「図書館資料の種別」で区分けされている、以下のような概念による種別と等しい。『講座新図書館学図書館資料論』の中で、図書館の収蔵資料として次のように紹介されている。⁶⁹

「図書館資料の種別」

図書館資料 (Library Materials) 大別

1. 図書(Books)

単行本、分冊本、継続本、加除資料

2. 図書以外の資料(Non-Book Materials)

①小冊子(Booklet, Pamphlet)

②逐次刊行物(Serials)

雑誌(Journal)、紀要(Bulletin)、新聞のほかに年鑑、年報、会報文集(Proceedings)

③視聴覚資料(Audio-Visual Materials)

レコード、フィルム、スライド、映画、磁気テープなど

さらにCD-ROMを使った電子ブックやフロッピーを使ったデジタル・ブックなどの電子メディアもここに加わる。こうした電子出版物は文字だけでなく音声や映像も一緒に扱えるところに、著しい特徴がある。そしてこれらは、内容的に分ければ〈日本十進分類法N. D. C.〉でくくられた世界と等しいと言ふことになる。〈日本十進分類法〉について加藤宗厚は『図書の分類』の中で、〈類の構成〉として、次のように述べている。²⁴

「N. D. C. はあらゆる知識、技芸を主題によって哲学、歴史、社会科学、自然科学、工学、産業、芸術、語学、文学の9つの〈類〉に分け、これに1から9の数字を与え、様々の主題を収めているどの類にも入れられない図書を収める類を〈総記〉となづけ、これに0の数字を与えて上に示した10類を作った」

いわばこうした哲学から文学までの9類に総記を加えた10類の中に、テーマ的に分類すれば全ての出版物が含まれるということになる。

その他にも、出版物の分類方法はいろいろ考えられる。例えば書店では児童図書、学習参考書(学参)、実用書などといった分け方をしているし、雑誌や新聞などはその刊行形態から〈定期刊行物〉という言葉も使われる。しかしもう一つ見方を変えると、現代の出版物は次の「(2) 出版物の種類Ⅱ——商業出版か、非商業出版か」で示したように〈出版社による出版活動〉にもとづく商業性の強い刊行物と、PR誌や社内報などを含めた〈自費出版〉などの私的な性格が強い刊行物の2つに分けられるとも言えるだろう。

(2) 出版物の種類Ⅱ——商業出版か、非商業出版か

1. 出版社による出版活動——商業出版

いわゆる〈商業出版〉という言葉でくくられる、出版社の手で商品として刊行された出版物。

2. 自費出版——パーソナル・メディア、非商業出版、PR誌、社内報も含む

最近、といってももうずいぶん前からだが、自費で書籍や雑誌を作る〈自費出版〉がブームとなっている。というより、同人誌や句集、歌集などを自費出版することはもともと盛んであった。しかし、これには問題点も多かった。一般の人が自費出版をするにはまずコストがかかる。そして作り方がよくわからない。しかも作ることはいいのだが、素人では簡単に〈頒布〉することができない。そして、おおむね「出来たものがつまらない」などの欠点が多かったのである。

内容もひとりよがりのものが多く、うっかり貰っても、「貰った方が困ってしまう」ような、質が悪いものが多かった。しかし、仮に、こうした形で出版されるほとんどのものがそうしたレベルであったとしても、その存在をいちがいに無視することはできない。なぜならそれは〈パブリケーションの重要性〉について今まで述べてきた通り、その中にどんな宝がひそんでいるとも限らないからである。

そうしたものの代表的な一つにコミケがある。コミケとは「コミケ(コミックマーケット)」のこと。自費出版マンガ家たちの同人誌のマーケットであり、フェスティバルである。そして今では毎年各地で年間に何回も大イベントが開催され、あなどれない大きな勢力となってきている。そしてこの中からプロの漫画家たちも数多く育っている。²⁵

そのほか俳句の句集を自分で作る人、自伝を書く人など多種多様な自費出版活動が行われており、〈自費出版ブーム〉と言ってもいい様相を呈している。そして今では、東京にこうした私家版の出版物を集めた「日本私家本図書館」まで作られている。²⁶ さらに、企業や団体が刊行するPR誌、社内報、広報誌の類も無数にある。

また一昔前は、〈写真〉が大ブームとなっただけでなく、今ではほとんど制作する人が無くなってしまったが、8ミリ映画隆盛の時代もあった。そして、最近では8ミリビデオの制作を通して自分の〈オリジナリティ表現〉をすることが、きわめて盛んな時代となっている。いずれもこうした活動は、一般の人々の心の中にも〈パブリケーション活動への情熱〉があることを象徴している。そして最近では〈自分史を書く〉ある

いは「書きたい人」が急増し、いわば「自分史ブーム」ともなっているという状況がある。⁶⁴

こうした自費出版活動を容易にしたのは、何といてもワープロ（ワード・プロセッサ）やコンピューターの普及が大きい。そしてさらに1989（平成元）年頃から著しく普及し始めた、DTPの発達によってそれは一段と身近なものとなってきている。⁶⁵

（3）DTPの発達によるパブリケーション活動の簡易化

自費出版の多様化、簡易化に対して、パソコン、ワープロの普及など、コンピューターの発達がはたした役割は大きい。DTPの発達がこうしたニーズに簡単に応える情勢を促進したからである。DTPとはデスク・トップ・パブリッシング（Desk Top Publishing）のこと。コンピューターを利用して、画面上で出版物を電子編集印刷する「卓上出版」のことを言う。こうした機器の使用によりデータが電子化され、蓄積された結果、そこからさらに全く新しい形式の出版物も続々と生み出されるようになってきている。そうした現象を小学館電子編集センターの鈴木雄介は、

「①情報の入口の電子化」

「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」

という3つの言葉で説明している。そして今では単なる従来型の出版物だけでなく、新しい電子メディアを駆使した、いわゆる「マルチメディアによる電子出版物」もこうした路線の延長上で続々と生み出されるようになってきている。⁶⁶

しかし、これからも一段とパブリケーション活動が活性化し、創造性を重視したより多くの新しい創作物が排出され続けるためには、DTPの普及といったような技術的な面での革新をめざすだけでは、根本的な解決は望めない。

また、従来から叫ばれているような視点での「大学改革」、あるいは「受験改革」を達成するだけでも間に合わない。いっそこかの大学に「パブリケーション学部」のような機関を創設することが望まれる。そしてパブリケーションのための領域や技法に関する総合的な研究を行い、人材を育成していくセクションを設ける必要がある。その場合、既存の垣根をできるだけとりはらって相互乗り入れをはかり、「自由な創造性」が存分に発揮できる、組織の根本的な組み替えが必要だと言えるだろう。そこで、そうした意図を「広義の出版改革」という言葉でとらえ、「パブリケーション教育の推進」という角度から検討してみることにはしたい。

VI 広義の出版改革——パブリケーション学部の提唱

芸術界も、学界も、パブリケーション活動を行っているさまざまな領域で、その活性化のために、従来から新しい人材の育成の重要性が叫ばれていながら、現在の日本の大学の体系の中ではあまり積極的な教育指導が、行われているように見えない。そこで最後に「（1）パブリケーション教育の改革——学部・学科の新設と演習の導入」「（2）今後の方向性——2つのパブリケーション教育」という考え方を披露して本稿を終えることにしたい。

（1）パブリケーション教育の改革——学部・学科の新設と演習の導入

1. 人間存在の確認としての表現教育重視

従来の学科編成とは別建てで構成するパブリケーション学部・学科の新設。できるだけ垣根を取り払って創造性を重視し、はじめから細かく領域を決めずに、直接表現と間接表現を合わせて学習し、マルチタレント的創造性の開花をめざす。

2. 複数のメディアでの表現方法を同時に学ぶ科の新設

ミクスドメディア、ダブル・メディアでの表現活動、つまり「表現の多様性」を重視し、複合的な構成による総合的な評価を重視する部門の新設。

現在でも例外的に美術や、音楽などの芸術系の大学では「創作」、つまり創造性を重視しているのは事実である。しかし現在の美術系の大学は学科を「絵画」、「彫刻」、「デザイン」、「工芸」など、目的や素材

別に、あるいは技法や表現方法の違いなどで分けているところが多い。また音楽系の方も「作曲」や「指揮」を除けば、「楽器別」に分けるといったように、主として技術の習得を目的とした、縦割りの系列編成をしているところが多い。

その結果かどうかは別だが、ある写真大学では、「仮に卒業生100人のうち10年、20年後にも作品を発表し続け、写真家として活動している人は10人にも満たない」と言われて久しい。これは単に技術を習得するだけでは即、アーティストにはなれないことを示している。そして音楽関係も同様である。

しかも面白いことに、むしろ現代では美術大学出身の音楽家や小説家の活躍など、出身校あるいは専攻学科とは別の領域で活躍している人の存在が目立つ。そしてそうした人たちは、単に音楽活動や作家活動をするだけでなく、絵本やエッセイを出版し、演出を手掛けるなど、たいへん幅広い活動を得意とする、マルチ人間型が多い。そうした多様な才能を一人の個性の中で発揮する姿こそ最も人間らしいと言える。そこでこれからは、創作部門だけでなく、博物館学（これもパブリケーションの一つの形）のような学術的領域までを含めた広義の解釈による、真の〈パブリケーション教育〉の確立をめざして、抜本的な意識改革をして行く必要があるのではなかろうか。

最近是一般の大学でも「情報処理」という観点からコンピューター技術のマスターを重視しているところが多い。これはこれでよいことだが、コンピューターを使って「何をやるのか」という創造性の開発こそもっと大切なこと。そうした意味では工学部や経済学部にも講座として、あるいは演習として〈パブリケーション教育〉を導入するような意識改革が望まれる。いわば機器をうまく使いこなす技術を習得するだけでなく、マスターした上で、さらに全く新しいものを、次々と生み出して行けるセンスの開発こそより重要なのだ。

(2) 今後の方向性——2つのパブリケーション教育

1. パブリケーション学部・学科の創設
2. オリジナルと第2次的表現の違いを意識した創作活動

学問の世界で言う〈原著〉のような、オリジナリティを重視した部門と、〈出版・映像〉など、さらにマスコミやジャーナリズムも含めて、第2次的表現ではあるが、それなりのオリジナリティを重視する「その他のパブリケーション活動（ビデオ、映画、CDなど）」を行う部門に分ける。

例えば、1988年に出版された吉本ばななの作品集『キッチン』に収録されている「ムーン・ライト・シャドウ」という作品は、日本大学芸術学部文芸科の卒業制作で、芸術学部長賞を受賞したものである。⁸¹しかし、以前から美術系の学部では、すぐれた卒業制作に「学部長賞」を出すことなど当然であったからそこが問題なのではなく、〈表現性、創作性の重視〉という視点から、こうした科がもっと増えることこそ望ましい。しかしこれも〈文芸〉という枠の中にあり、従来からの縦割りのジャンルに限られている。こうした学科編成こそ、もう古く「過去の遺物」と言えるだろう。

「アメリカの大学には、文章創作課程というのが60年代から盛んに設立されるようになった。他にも文章の創作教室や作家らが主催するワークショップが各地に誕生した。それは、出版市場には次々に、ペーパーバックを専門に出版する出版社が出来た時期でもある」という下野誠一郎の報告もある。これこそパブリケーション学部を先取りした活動と言えなくもない。⁸²

今、必要なことは「独創的な創造力を持った人材の育成」であるといわれて久しい。しかし、現行のような縦割りの学部・学科編成による、マニュアル人間育成のシステムを続けているかぎり、いつまでたっても根本的な解決は望めないだろう。〈マルチメディア時代〉ということの意味をもっと真摯に受けとめる必要がある。そのためにはマルチタレントの開発こそが重要なのである。

そこで、どこかの大学がパブリケーション学部を創設し、一人の個性が同時にさまざまな表現活動を行い、複数のメディアで表現できる、真の「マルチメディア人間の育成」をめざすこと。単にマルチメディアに浸るだけでなく、15世紀後半のイタリアの巨匠、レオナルド・ダ・ビンチや、多くのアーティストが活躍した時代の創造者のように、一人の才能が幅広く発揮できる「マルチタレントを備えた人材」の育成こそ先決なのである。そしてそれこそ、21世紀に最も必要とされる人材と言っていいたい。したがって、

それを育む条件を備えて行くことが、これからの大学のあり方ではなかろうか。

一人の人間が最初から複数のメディアを駆使して表現し、〈独創的な創造性〉を存分に発揮できるように条件を整える。そうした混沌の中から、やがて一つの方向性に収斂されて行くよう仕向ける。したがって単位の取得なども、従来のような形式や数を重んじるのではなく、選ばれた教官の判定に委ねる〈創造性の度合い〉で評価する方法がよい。

そうした試みの例として最近の毎日新聞に興味深い記事が出ている。大分県立芸術短期大学では、4年制移行に伴い、1999年をめざして「芸術表現学科」を新設するのだという。そしてこの中に「ジャズ、ロック、フォークソング、舞台音楽などのアーティスト養成の音楽表現コースを設ける」。記事ではさらに「アートマネジメントまで含めたクラシック以外のアーティスト育成学科を新設すると言っている。そして実現すれば公立の芸術大学では初の試みとなる」と結んでいる。⁸³

このような〈パブリケーション活動〉の全体をにらんだ広い視野を持つことこそ、これからの方向性と言えらる。そして本来のテーマである、本作りにこだわった出版学の分野を、書誌学(bibliography)、書物学(bibliology)、図書館学(library science)、印刷学(printing science)などを包含した〈出版文化論〉として確立させ、さらに芸術活動、学術研究及びマルチメディアによる発表形態まで含めて視野に入れ、あらゆる〈パブリケーション行為〉を扱う、より総合的な〈パブリケーション文化論〉として、発展させた形でとらえることが、今こそ必要だと言える。

そして清水英夫が言うように「社会現象としての〈出版〉を科学的に研究」⁸⁴することはもとより、〈出版の現在、過去、未来〉に関する、歴史的変遷を、技術的な側面からたどると同時に、出版物普及の度合い、影響力なども研究テーマとして行く。

しかし、さらに重要なことは「新しい作家をいかに数多く作りだすシステムを確立するか」という問題に対する取り組みである。そしてそれを達成することで、〈出版の世界〉を根本的に変えて行くことができる。

もともと娯楽としての漫画出版が盛んであったし、ミステリーも含めて現代の出版物の多くは娯楽性が重視されており、エンターテインメントの要素が強い。しかし、こうした分野は最近ではゲーム機器の普及がめざましく、書物の持つ娯楽性は一見衰えたかのように見える。だが、現実にはまだまだコミック類の出版点数は増え続けており、一向に衰えをみせていない。こうした漫画、アニメ、ゲームなどの世界も当然、パブリケーション活動の一環として含めてとらえ、〈パブリケーション学〉の新たな研究対象として視野に入れて行きたい。

「アメリカでは、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。それらの巨大企業のトップたちが企業戦略の話をする時、必ず出てくる言葉が、〈中身が王様だ〉という事だ」そして、「タイム・ワーナー社における出版部門の売上は、グループ全体の売上の6.8%にすぎない」けれども、「いかに電子メディアが発達しようと、映画を始めとする全てのエンターテインメントは、最初にストーリーを必要とする」、「出版以外のメディアが発達すればするほど、出版事業の重要性は増してくるのである。」と上野誠一郎は『出版ニュース』の中で述べている。⁸⁵

しかも、本来の〈書物の役割〉は娯楽だけではない。むしろ部数は少なくとも学術的なものほど本の持ち味、いわば本質によくマッチしている。したがって、大衆的なものと特殊な小部数の世界の間、恣意的な線引きをすることはできない。相互の刺激があってはじめて、全体としてレベルを上げることができるのである。だから、今こそ〈全てのパブリケーション活動〉を意識的に、活性化することが重要なのである。そしてそうしたベースの確立によってはじめて、社会全体の根源的なレベルを引き上げることができるのだ。

明治維新からわずかに百数十年の歳月を経たにすぎない、近代化のプロセスにおいてさえ、〈価値の基準〉はめまぐるしく変ってきた。とすれば、現代人が現代の立場と目で、何かに評価を下すことなどはおこがましい。「全ての知的生産は、とりあえずそれを容認することから出発するしかない」。そしてそれを「実在化させるための、受け皿となれるメディア」は〈出版物〉をおいてない。つまり「全ての知的生産活動は、出版に始まり出版に終わる」と言えるのである。そこに〈パブリケーション行為〉の存在理由があ

る。そしてそうした活動の作業部門を担当しているのが、本来の〈出版〉の役割であり、そこに〈出版ということの意味〉がある。

注

- (1) マルコム・ジョーンズ「この情報は誰のもの」、News Week、1995年9月6日号、pp.48.
- (2) 「新聞にとって再販制とは」毎日新聞、1996年10月15日号
- (3) 伊従寛『出版再販書籍、雑誌、新聞の将来は?』講談社、1996年
- (4) 『『出版年鑑』'96年版に見る日本の出版統計』出版ニュース、1996年5月中下旬号、pp.14-16.
- (5) 布川角佐衛門、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.
- (6) 尾上進勇『出版業界』教育社新書、1991年、pp.103.
- (7) 布川角佐衛門『本の周辺』日本エディタースクール出版部、1979年、pp.190.
- (8) 庄子浅水『本の五千年史』東京書籍、1989年、pp.186.
- (9) 清水英夫『出版学と出版の自由』日本エディタースクール出版部、1995年、pp.18-19.
- (10) 天野勝文「テレビを検証することの意味」総合ジャーナリズム研究No.158、1996年秋号、pp.32.
- (11) いずれも『ニューセンチュリー英和辞典』三省堂（電子ブック版）より。
- (12) 藤枝晃『文字の文化史』岩波書店、1971年、pp.144-200.
- (13) 下中弘編『大百科事典7』平凡社、1985年3月刊、pp.229。「出版」の項は箕輪茂男執筆。
- (14) 鳥生芳夫『本の話』健文社、1944年、pp.15.
- (15) 鈴木均編『出版人』中経出版、1978年、pp.102.
- (16) 浅野健一『マスコミの報道犯罪』講談社文庫、1996年
- (17) 野坂昭如『四畳半襖の下張裁判』面白半分、1976年
- (18) 「風当たりが強まるコミック、マンガ家、編集者が反撃開始」毎日新聞、1992年5月28日号
- (19) 布川角佐衛門、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.134.
- (20) 布川角佐衛門『出版の諸相』日本エディタースクール出版部、1975年、pp.133-153.
- (21) 毎日グラフ別冊『宮沢賢治』1991年10月、pp.78-79.
- (22) Treasures of The New York Public Library,1988,New York. pp.65.
- (23) 高田克太郎、中嶋正夫、吉澤輝夫『講座新図書館学図書館資料論』教育出版センター、1976年、pp.14-15.
- (24) 加藤宗厚『図書の分類』理想社、1953年、pp.31.
- (25) 「マンガ同人誌市に25万人」毎日新聞、1995年1月20日号
- (26) 「自費出版で〈作家〉の気分」日本経済新聞、1990年2月18日号
- (27) 加藤仁『自分史を書く』徳間文庫、1995年
- (28) 「DTPがやってくる」毎日新聞、1989年4月11日号
- (29) 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.
- (30) 土肥由夫『DTPによる低価格自費出版のすすめ』舵社、1995年8月
- (31) 吉本ばなな『キッチン』福武書店、1988年
- (32) 下野誠一郎「海外出版レポート・アメリカ」出版ニュース、1996年9月上旬号、pp.17.
- (33) 「ロック、ジャズなどの育成科新設を提言」毎日新聞、1996年6月18日号
- (34) 清水英夫『出版学と出版の自由』日本エディタースクール出版部、1995年、pp.3.
- (35) 下野誠一郎「海外出版レポート・アメリカ」出版ニュース、1996年8月下旬号、pp.15.

