

マルチメディア時代の出版文化

田 中 薫

1. はじめに

最近、盛んにマルチメディア時代の到来が叫ばれ、それに関連した話題が急速に増えている。そしてこうしたテーマを中心とした新聞や雑誌などの特集及び、書籍の刊行などが活発に行われ、マルチメディア時代の到来を予測した話題も、多くの出版物をにぎわしている。たしかにパソコンやワープロ、インターネット、DTPなどの普及により、私たちの知的生活のありようが、日進月歩の勢いで変わりつつあることは事実である。

しかし、その結果、私たちの生活そのものが今後どう変わっていくのか、そして長い歴史を持ち、その存在がすでに生活の一部ともなっている出版文化が、つまり「書物と人間との関係」が、近い将来どのような形に変わってしまうのか、誰にももう一つ明確には姿がつかめない。けれども、パーソナル・コンピュータ時代を迎え、その機能を駆使した電子出版技術が登場したことにより、印刷技法も、編集技法も、そしてその結果としての商品の形態も、急速な勢いで変わりつつある。

したがって、出版という知的な営みに关していえば、今最も大きい関心事は、紙に情報を印刷して製本し、商品として流通機構にのせた、「本」という形式が、またそのあり方が、今後どのように変わっていくのかという一点に尽きる。というより、すでに、本というものの概念が根本から変わってしまっている。

印刷された書物だけが本だったのは昔の話。今では本とは内容そのもの。だからフロッピーディスクからでもそれを読み取る機器があれば読める。すでにその機能を応用した出版物は、書店が扱う商品の一つともなっている。

また、語学の練習や、作者本人あるいは俳優などが朗読した内容をカセットテープに録音し、購入者がそれをウォークマンなどで聞くという形の刊行物、つまり非紙媒体系の出版物としては初期の商品とも言えるカセットブックだけでなく、今やさまざまな種類の電子ブック(EB:Electronics Book)が作られており、このような出版物自体が持っていた形態の変化も著しい。

したがって、その出版物の最も重要な部分である「内容」を意味していた言葉自体が、すでに「情報」という言葉に置き換えられている。そして、こうした新しい商品もますます多様さを増し、CD-ROM (Compact Disk- Read Only Memory) 版などの形で出版されている辞書、英会話の練習書など、実用書の種類もたいへん増加している。しかも、さらに急ピッチでその実用化が進行しているから、すでに多くの人にとって、書店でも家庭でもおなじみである。

毎年2月上旬、千葉県幕張メッセで開かれる「東京国際ブックフェア」でも、ここ数年はこうしたマルチメディアに関連する出版物を出展している出版社のブースが、特に人気を集めており、電子ブック部門とそれに準ずる商品開発に、積極的に取り組んでいる各社の動向は、経営規模の大小にかかわらず、互いに目が離せない大きな関心事となっている。

また、レーザーディスク(LD:Laser Disk)やCD (Compact Disk) などによる、動く映像を伴ったカラオケなどの利便性を享受している日本人像をみることも日常的である。当然、これらには文字情報だけでなく音声や映像が伴う。こうした種類の商品などの編集制作販売も、広義の出版活動に入る。しかし、どんなに技術が進歩し、新しい出版物の形態が出現し続けたとしても、従来のような概念を持った「本」という形式は残るだろう。けれども、そのありようは後述する二つの方向で大きく分化して行くと思われる。

2. 出版の概念

では、従来の「本」とはどのような特徴を持つものであったかを考えてみよう。現在、書物の多くは雑誌、書籍などという言葉で分類されているが、いずれにせよ一口でいえば「出版物」という概念でくくられ、私たちの身近に大量に存在している。しかし、単に歴史的経緯を含めた書物全般を語ることと、「出版物」という現代的な言葉を用いる時では、すこしその意味を分けて考えてみる必要がある。

人間と「記録する」という行為との関係で言えば、それは大きく四段階に分けて捉えることができるのではなかろうか。しかし、「書物らしきものの発生」という視点から考えれば、三つの段階ということになる。その第一の段階は「書物前史」とでもいうべき長い雌伏の時代の存在を指すと言ってよいだろう。つまり文字の出現と、その文字を何らかの物質に記述し「記録する」という行為の発生に始まるごく初期の、出版以前の長い蜜月の時代、それを忘れるわけには行かない。いわば金属や石材、粘土板などの鉱物的物質に、何らかの方法で文字や絵を記述した金石文の時代のことである。これは書写材料が紙の使用以前の時代を指すと考えてよい。

しかし、こうした時代は、その素材が示すように形態もその役割も、今日の書物のありようとは大きく隔たっていた。その後、取扱の容易な絹の布など、帛を使用する時代を経て、さらに羊皮紙のように動物の皮を使用したり、竹や木を使った竹簡、木簡を使用するなど、書写材料として身近に手に入る動植物を使用する時代が始まる。

さらに古代エジプトで、ナイル河の河原に生育する植物の外皮を利用したパピルスの使用が始まり、ようやくインキ、墨及びペンや筆などの手軽な筆記材料との併用によって、今日の記述法に近い方法が定着する。その後、紙が発明されると手写本が登場してくる。そして、木版印刷の考案によって印刷技術の萌芽という時期を迎え、さらに15世紀、グーテンベルクによる印刷術の発明以後、徐々に技術的な改良が加えられ、やがて本格的な印刷技術を駆使した刊本の時代を迎える。

しかし、その刊本時代も中世の長い雌伏の時を経て、日本では明治中期になり、1880(明治20)年、当初131名の組合員の手で「東京書籍出版業組合」が結成され、それ以降、近代に入ってようやくその活動が軌道にのる。その後、出版物は数量的にも品質的にも飛躍的に増加し、「出版の離陸」の時代に入るのである。こうした出版離陸時代に至る過程に関する詳細を、箕輪茂男は日本の昭和初期の現象である「円本時代」の出現とそれ以後の変化を視野に入れながら、「出版離陸の時代」という言葉に加えて、さらにイギリスでのペンギン・ブックス創刊以来の流れをも概括して「マスプロ・セールスの時代」という言葉を用いて表現している。

このようにして、ようやく現代の、我々が今日享受しているような形で、つまり「版元—取次—書店—読者」という流れを持つ本の流通機構が整備されるに至った。その結果、今では商品として出版され、経済ルートにのった刊行物が次々と大量に、身近に供給される時代を迎えている。

しかし、このような量産本の時代を迎えるのは昭和期に入ってから。だから、歴史的に見ればそう古いわけではない。そこで、現代と共通する要素を持つ「書物」らしきものの発生から以後の、発達段階を要約すると、次の三つに分けて考えることができる。

第一段階、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」

第二段階、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」

第三段階、コンピュータの登場による「出版新時代」

最近の特徴的な傾向とも言える、コンピューターの利用による「出版新時代」も、細かくみれば二つに分けられる。第一次の現象は、コンピューターの登場による紙媒体系出版物の版下制作合理化の実現と、それに伴う諸々の変化と言ってよい。これは大型汎用コンピューターの利用により可能となった。

したがって、資本力のある大企業にとってこそ有利な要素が先行した。しかし今日、状況はもう一つ変化しており、第二次の現象としてパーソナル・コンピューターの使用による、DTP技術の大衆化の進行が著しく目立つ。しかも、これは電子技術の応用ということから、必然的に情報が蓄積されて行くところに特徴があり、しかも、その二次利用が可能になったことに、もう一つの大きな特色があると言える。

また、電子ブックなど、新しい出版物の形態が次々に出現すると同時に、内容的な面でも新企画、新商品が次々と生み出されるようになった。その結果、出版活動の形態も、関連する業種全体も業務内容も、急速に変わりつつある。そして、それに伴い編集者の仕事自体も大きく変化してきている。

そこで、あらためて「出版」という言葉はもともとどんな概念を示していたのか、その意味をもう一度確認してみることにしよう。

『出版事典』(1)では「出版」(publication)とは「文書・図画・写真などの著作物を、印刷術その他の機械的方法によって複製し、各種の出版物としての形態にまとめ、多数読者に頒布する一連の行為の総称」と概念規定している。これをわかりやすく、従来の概念で言い換えれば「紙に文字や絵、写真などの情報を印刷し、製本したものをパッケージとして刊行する一連の営み」と言えようか。

イギリスで出版者(publisher)という言葉が定着したのは18世紀に入ってから。それまでは、ブック・セラー(book-seller)あるいはステイショナー(stationer)という言い方が一般的であった(2)(平凡社『大百科事典7』「出版」の項より)。こうした「本」の機能は、『講座新図書館学②図書館資料論』(3)の中で、「図書の特質」としてまとめられており、次の9項目をあげている。出版物の特徴を示すその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。次に「マスコミュニケーションの社会的機能」として、先述の『大百科事典7』の中で箕輪茂男は次の4項目をあげている。その4項目とは、

①報道 ②論評 ③教育 ④娯楽

である。これは、出版もまたマスコミのメディアの一環であるという意味で、出版活動にそのままあてはめられる。ただし、他のメディアである新聞、ラジオ、テレビが、それぞれ、各メディアとしての独自性を強く持っている中で、その特性を比較すれば、最もミニコミ的要素が強いのが出版であり、そこにきわだった特徴があると言われている。そこで、ここでは「本の特性」を示す4項目も、

①報道 ②論評 ③教育 ④娯楽

ととらえることにしよう。

いずれにせよ、多くの出版物は現在、一部の自費出版本を除けば、「版元-取次-書店-読者」という商品の流通機構にのって、読者の手元に届けられるシステムとなっている。いわば、物流系商品の最たるものとも言える。それだけ常に、商品として成立するための条件を満たすことを大きく求められる。そのために原稿という形で書かれたオリジナルな内容が、出版者の手を経て刊行され流通ルートにのるには、とにかく「売れるもの」という条件を満たすことが最も必要とされる。したがって、一つの出版物が刊行に至るか否かは出版社(編集者)側の主観的な意思判断によって大きく左右されがちである。また、それは結果的に出版される内容をも既定することになる。

しかし、こうした商業的出版物以外に、自費出版されている非商業的出版物の発行部数も膨大である。もともと、自費出版活動は活発であったが、その制作数は近年ますます増加しており、こうした活動に興味を持つ人も増えているから、今では「自費出版ブーム」とでも言うべき観を呈している。また学会誌、業界誌、タウン誌、同人誌など、限られた人たちを対象とした限定的非商業出版物の刊行も盛んである。しかも、流通ルートとは無縁の非商業的出版物であるPR誌、社内報をはじめとする、諸々の企業内出版物の刊行も、従来からたいへん活発に行われている。

3. 新しい出版物の登場

このように、近年ますます出版物の総発行点数も増え、総発行部数も増加の一途をたどっている。したがって、出版界は今、一見、「出版全盛時代」を迎えているかに見える。だが、版元、取次、書店など業界の抱える問題は多い。公正取引委員会の勧告に始まった、再販制度見直し問題など、直面している問題は山積だが、さらにその先に控えるより大きな問題は、マルチメディア時代を迎えて、「出版物はどうなっていくのか」という一点に尽きる。それに関わる数多くの未解決の問題が、一見活発に見える新商品開発競争の裏に潜んでいるのである。

とにかく、今、出版界は多品目少量生産の傾向がますます顕著となり、単一商品の部数は伸びないまま、発行点数のみ、大幅に増加するという傾向が著しい。しかも、その成否は常に見込み生産であるという不利な側面を持ったままなのだ。出版は今までプロの作家ではない、一般の個人が参加するのは難しいとされるメディアであった。基本的にある程度の部数が見込めないと、成り立たないわけだから、出版社側にとってもハイリスクなビジネスであったと言ってよい。

しかし、すでに述べたように、今、思考の原点におくべきことは、例えばマルコム・ジョーンズが、最近の『News Week』(4)で言っているように、「本」の概念そのものが変わってしまっているという認識である。いわば印刷された書物だけが本だったのは昔の話。今では本とは「内容」そのもの。だから印刷された本がなくてもフロッピーの貸し借りだけで、ワープロやパソコンがあれば内容を読みとることは可能だ。そして複写も簡単。専門家や業者の手をわずらわせる必要もない。

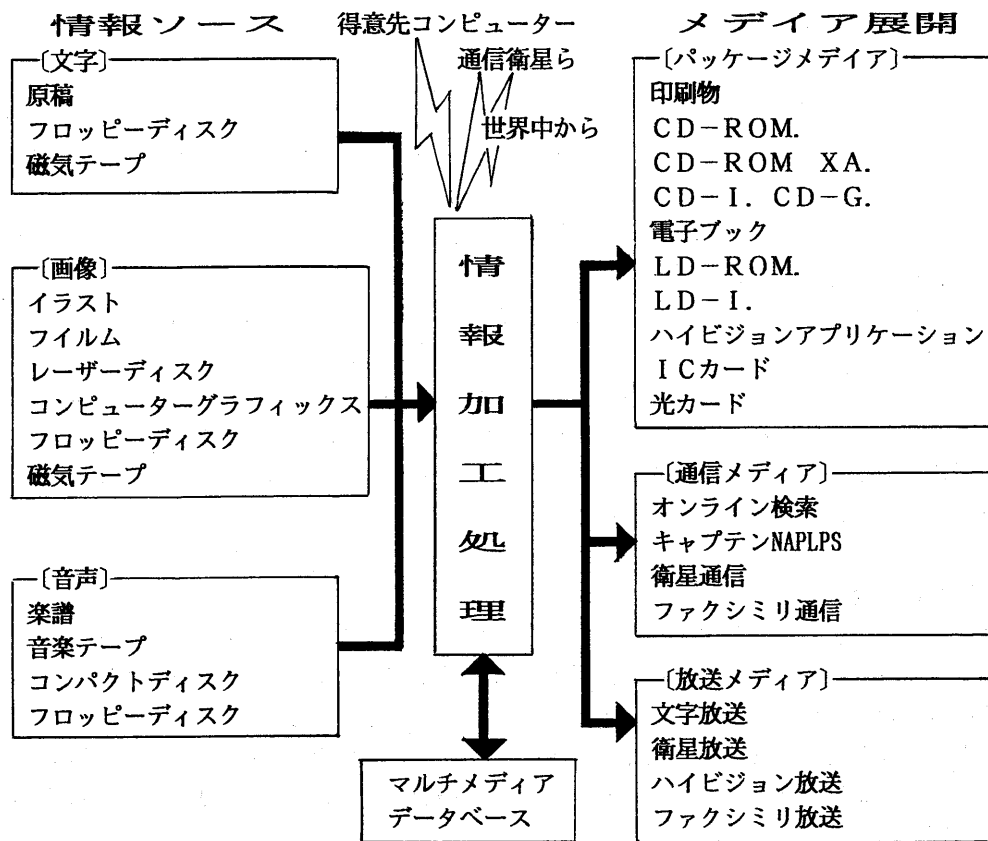
複写、つまり複製物をつくるのが簡単であるということは、マスターさえ作っておけば注文を受けてから製造すればよいわけだから、出版社にとっては膨大な在庫を抱えておく必要がないという、大きなメリットがあるはずであったが、一方、それは最初に手にした人のものから、個人ベースでさらに複製を作ることにも容易であることも意味し、そこに新たな問題の派生をみることができる。

つまり、何らかの形で初版を入手した人のそれから、勝手に次々と安易に複写されてしまったのでは出版社及び関連産業の活動は成り立たなくなる。そうなれば版元、取次、書店という既存の流通機構にかかわる業種にとっては、死活問題ともなりかねない。その便利さは実はとんでもない諸刃の剣なのだ。

いずれにせよ、今や著者の手になるオリジナル原稿は知的財産そのもの。そして、そうした内容は「情報」という言葉で呼ばれるようになった。その情報とは文字、画像、音声という三つの領域にくくって考えることができる。そして、その出力、つまり公表方法がさまざまな表現形態をとっている。

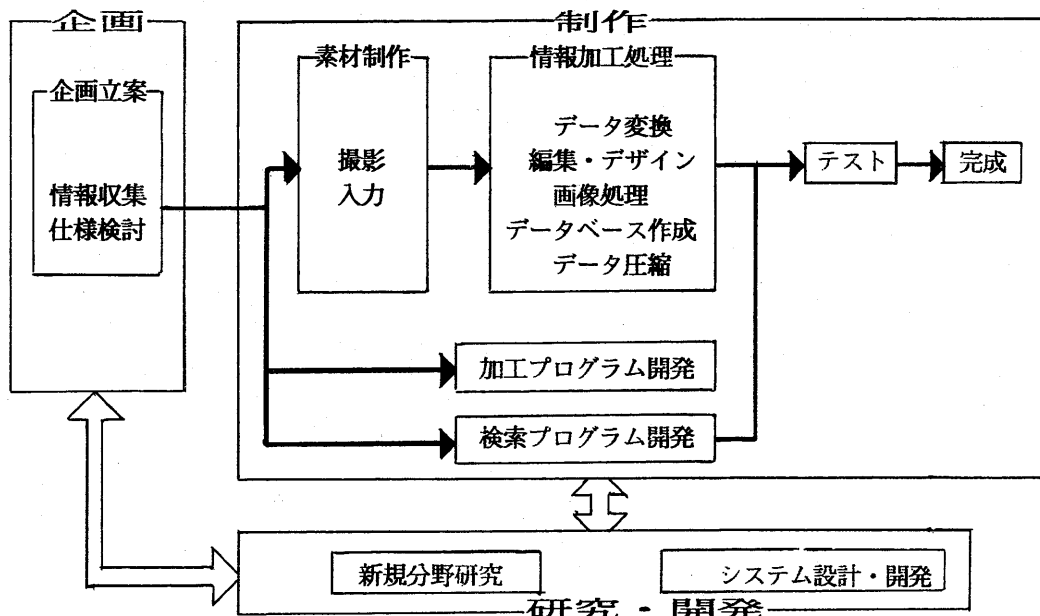
その公表方法は大きく三つに分けて考えられている。その三つとは①パッケージメディア ②通信メディア ③放送メディア、ということになるだろうか。その相関関係については大日本印刷の中島信義氏が作成

D N P 総合変換システム



図① マルチメディア変換・システム図 (大日本印刷) 『日販通信』1992年4月号より

特集 電子出版新時代



図② マルチメディアデータベース構築の流れ 『日販通信』1992年4月号より

した詳細図を参照していただきたい。こうした出版物の概念図は、図①、図②のような関係として位置づけられている。(5)

この図は印刷会社の扱う技術の幅が広がったことにより、その技術が単なる「製版・印刷」だけだった時代から印刷会社の技術を総称して「情報処理加工」という言葉に置き換えて表現するようになったことを意味している。つまり、技術の多様化により考え方が全く新しい概念に変わってしまったのである。

このような、CD-ROM版を始めとする新しい電子出版物の登場により出版物の形態だけでなく、編集者の仕事自体も大きく変わりつつある。こうした状況を示す一つの実例として1995年3月、出版学会の定例研究会で報告された、小学館電子編集センター室長鈴木雄介氏(6)の、「マルチメディア時代の編集者」と題する証言を紹介しよう。鈴木氏は自身の体験もふまえて、電子編集時代の編集者のあり方についてその心構えを述べ、次の三つのポイントへの着目をあげている。その三つのポイントとは、

- 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」

である。こうした状況の変化に伴い、今や編集者の作業の進め方、仕事の性質が全く変わったと言っている。

従来のように、生原稿と割り付け指定紙を印刷会社に直接手渡すのではなく、「プリプレス」つまり印刷機にかける直前までの作業を、パソコンやワークステーションなどの機器を使って編集部内でこなしてしまう。そして印刷会社には出力したフィルムだけを渡すようにする。そうした結果、従来非常に多かった「直し」の作業が全く無くなった。したがって、制作時間の短縮がはかれる。しかも、訂正代が大幅に減った。それは、人件費プラス直接コストの大幅減という大きな経済的効果をも生み出した。

こうした「使い易いパソコンの登場」と、その応用による合理化の結果、以前は採算性の点でボツだった企画が、試算をやり直すことより、採算ラインに到達するという現象さえおきた。しかし、反面、編集部内での大幅な経費増は伴う。だが、その問題は、あらかじめきちんとした位置づけと予算化をしておくことで容易に解決できるという。いずれにせよ、企業としてのトータルで考えれば、やはりその経済的なメリットは大きい。

そしてもう一つのメリットは、自然体で記事内容がデータベース化されること。これによりそのデータの項目の組み合わせを変えるなど、着眼点、発想法を変えて行くことで、新しい応用が可能となり、その結果、次々と商品化が可能な新企画が生まれてくる。もう一つは、例えば『広辞苑』が書籍とCD-ROM版という二つの方式で商品化され、内容が同じであっても、それぞれ別個に利用者を獲得しているように、公表形態そのものが多様化することで新しいニーズが生まれてくる。こうした状況は、さらにメディアの多様化が予想されるマルチメディア時代を迎え、より大きく変化していきだろうと思われる。

4. マルチメディア時代とは

ところで、「マルチメディア」という言葉が急速に叫ばれるようになったのは、多くの報道で知られているように、1993～1994年頃、クリントン政権の発足により、ゴア副大統領が就任し、そのゴアが、情報ハイウェイを設け、高速・大容量のデジタル通信ネットワークN I I (National Information Infrastructure = 全米情報基盤)を実現させようという情報スーパーハイウェイ構想(7)を打ち上げてからである。

これは西暦2015年までに全米の公共機関、研究機関、企業などを光ファイバーケーブルのネットワークで結び、いわば今世紀に全米が高速道路(ハイウェイ)網でむすばれたが如くに、情報の高速道路を作ろうという構想である。こうした「マルチメディア・フィーバー」は、1993年あたりからまさに恐ろしいほどの盛りあがりを見せてきた。『1994年はマルチメディア元年だ』といった緊張気味の言葉さえ聞かれる(8)と、西垣通は『マルチメディア』の中で言っている。

一見、その肯定論は、十数年前に「ニューメディア時代の到来」が予測され、これに関する論議がさかに行われた時の状況とよく似ている。そして、それとどう違うのかという批判的な議論も盛んである。当時は、「ニューメディア」の呼称でにぎわい、数多くの報道出版がなされたこの話題は、INSつまり高度情報通信システム(Information Network System)と呼ばれていたが、当時の流れは、NTT主導であり、このINSという言葉も公社(当時は日本電信電話公社)語であった。

しかし、今回は違う。光ファイバー使用による情報網、電気通信網の全国統一という点では同じだが、当時はその基本的な構成が大型汎用コンピューターの使用を主体にし、どちらかと言えば「大型コンピューター=管理社会」というイメージが強かったのに対して、今やパソコンが無数にパーソナルなレベルで普及してしまっており、「個人の発信が多様化する」という意味で、状況事態が全く異なった様相を示しているからである。

それ以前、例えば大手新聞社ではコンピューターによる新聞制作が実現している。そして今では多くの地方紙を含めて、コンピューターによる新聞制作はあたりまえとなっているが、十数年前は夢のような話であった。日本の新聞社がこうした技術革新に挑んだ初期の例として関係者が苦勞する様子は、1986年に発表された杉山隆男のノンフィクション小説『メディアの興亡』(9)に詳しい。

これは、コンピューターによる新聞製作をめぐる技術戦争、つまり朝日新聞と日本経済新聞、毎日新聞の確執をテーマとしている。また印刷業界の技術革新をテーマとした『印刷革命』(10)という小説が出版され、新鮮な衝撃を与えたのは、1983年4月のことである。そして、新聞社だけでなく、今では地方の中小の印刷会社も積極的にコンピューター技術をとりいれている。

したがって、最近では新聞社の記者はワープロ必携。ワープロによる記事送稿は常識となった。だから、今や新聞記者は「記者」ではなく「打者」(11)であるという表現もあるくらい。それに伴い、記事内容をチェックするデスクも朱筆を捨て、ブラウン管とにらめっこすることが日常業務となっている。そして、こうした情景は出版社でも同様だ。

さらに最近「記者編集」という概念も現実のものとなった。朝日新聞社は、取材記者が組版(紙面編集)まで行う「記者編集」(12)の導入を検討し、1995年9月22日から、東京本社の地方支局で実験に入り、一応5年後をメドに全社の実施を目指すという。

このように入力作業の単純化が現実となったことで、どの社も大幅な編集印刷費のコストダウンを実現している。

こうした昨今の状況はまさに「DTP革命」(13)の到来と言っても過言ではない。DTPとはデスクトップ

プパブリッシング (Desk Top Publishing) のこと。いわば机上編集、机上印刷、机上出版とでもいったらよいか。パーソナル・コンピューター利用の新分野の一つである。そして、今ではコンピューター利用という手段は大手新聞社だけの専有ではなく、また規模の大小にかかわらず、印刷会社側の占有物というわけでもない。両者の関係が渾然としているところに特徴がある。

その最も大きな変化は、本来は自社の印刷部門や中小の印刷会社に、仕事を発注する側であった新聞社の編集局、出版社の編集部などの側で葉書、案内状などの諸々の軽印刷物を、自前のパソコンで制作してしまう。そこに第一のポイントがある。そしてこうした技術は端物の印刷だけでなく、さらに通常ページ物といわれる本格的な出版物にもそのまま応用でき、各ページごとの版下制作、つまりページアップも自前での制作を可能にしてしまった。

編集部内で、ブラウン管の上でレイアウトの段階まで進めた情報はレーザープリンターなどで出力し、小部数ならそのままコピー機にかけて複数にする。さらに文字や写真の鮮明度など品質を重視し、ある程度、部数の量産をめざす場合は、DTPできちんとした精度の高い版下を作り、軽オフセットなどで印刷する。また、そうしたプリントアウトの工程抜きで、直接フィルム製版することさえも可能となっている。そうした変革の結果、版下入稿の直前の段階までの作業を、編集部内で編集者側が処理することが可能になった。

こうしたパソコン及びDTPの普及により、最近では出版編集分野での原稿の流れも、大きく変わっている。また、それに伴って印刷会社の役割分担も変わった。その結果、かつて紙に書いた生原稿を印刷会社に手渡し、印刷会社の営業マンが一般の交通機関を使って、直接、工場に運んでいた時代と比べれば、版元にとっては諸経費の大幅なコストダウンが可能になったと言える。反面、印刷会社も今や大きく営業内容の変革を迫られている。DTPでページごとにレイアウトして仕事を進めていく、こうした出版社と印刷会社との新しい関係は、先述の小学館だけでなく、すでに多くの出版社、雑誌社で導入され現実のものとなっている。また、CD-ROM版などの形のまま発行されている雑誌も増えている。

しかし、こうした状況もマルチメディアの普及によりさらに大きく変化するとみられている。例えば、ISDN (Integrated Service Digital Network = 通信回線) によるカラオケが大衆化すると、LDやCDのようなソフトそのものの貸し借りがいなくなるように、出版物の制作も原稿の流れが全く変わってしまう。それどころか、紙に印刷するということが自体が不要になってしまうという現象もおきる。

すでに、その一部は実用化され、今では新聞、出版の情報そのものが、インターネットで自在に取り出せるのである。カラオケの場合は、通信回線を利用して画像と音声を利用するが、そうした関係は、マスコミュニケーションの多くのメディアですでに応用されている。その影響は大きく、さらに普及すれば一般の通常的生活そのものが大きく様が変わりて行くことは必定だ。

それは、とりも直さずメディアの多様化が実現したということでもある。また、情報の受け手の側である一般の人たちにとって、選択肢が大幅に広がり、便利さが増加したということの意味する。まさに「マルチメディア時代の到来」。

しかし、そうならばもはや単なる情報の羅列だけでは注目されない。さらに生き残るために、情報を提供する側にとってはあらためて、「表現の質」をいかに確保し、維持して行くかという問題が重要となってくる。また、受け手の側も、湯水の如く押し寄せてくる、ありあまる情報の洪水の中から、「何をどう選択して行くか」という問題の解決を恒常的に迫られることになる。

提供する側も、そこに深みや、面白さなどを加えて、巧みにわかりやすさを演出して行く「情報の加工の技術」、さらにキラリと光るアイデアなどの「付加価値」をどうつけていくかがもっと重要となる。その最も大きなポイントの一つは速報性。そしてもう一つは、主観的な選択をせずに全ての情報を漏らさず伝える量の確保だろう。しかし、速報性という面に関しては所詮、放送メディアにはかなわない。また、伝達する量の確保という意味ではインターネットのほうに分がある。

したがって、「本の特性」を示す4項目の項であげた①報道、つまり速報性を重視した報道、伝達などの要素は、出版印刷以外の他のメディア、特に放送系、あるいはインターネットなどにとって変わられるのは必定だ。しかし、その結果、残った技術である「紙に印刷」する部門は、その「特性を生かした必然性

とは何か」がより大きく問われてくる。そこで何が残るのだが、それは「情報の発信が低コストで実現でき、きわめて簡便であり、誰でも、何処からでも発信できる」ということに尽きるだろう。そして、それはかつて庶民が使える印刷メディアとして全盛を誇った、「ガリ版印刷（謄写版印刷）」に変わって登場してきたDTPの大衆化により、より現実的で身近なものとなった。

5. 出版活動の新時代

ところで、「本の特性」を示す4項目の一つである④娯楽性の問題。これは、大きなパーセンテージで新機器、新メディアの世界にとって変わられるだろう。そうした傾向はもう何年も前からすでに現実のものとなっており、コンピューター・ゲーム機器及びそのソフトの著しい発展と普及がそれを物語っている。一方、コンピューター・ゲームがいくら隆盛ではあっても現在、書店で売られているコミック、マンガ類の種類とその発行部数は相変わらず豊富である。こうした商品が音楽関係のCDと同居している書店なども多く目つく。しかし今日のような安価で質が良い出版物を、多量に供給することを現実のものとした、「出版革命」という状況は、実はコミックの繁栄がもたらしたといっても過言ではない。

出版科学研究所が発表したあるデータでは、近年、出版物全体に占めるコミックスのシェアとして、何と「全売上の40%あまりを、コミック誌とコミック本が占める」(14)と言っている。そして実際、ある種のマンガ、コミックス、小説などはもともとそれ自体が娯楽性が強かったから、発行されてから読み捨てられるまで、きわめて短期間での回転を特徴としており、いわば使い捨て文化の最たるものでもあった。

さらにコミックスだけでなく、小説部門なども、近年は数百万部を瞬く間に売ってしまう、「ブロックバスター時代」(15)といわれる大ベストセラー現象を呈したものが数多く出版されており、こうした状況を箕輪茂男は「少品種極大量と極多品種少量の併設時代」という言葉で表現している。しかし、これらのコミック類などが、従来どりの書物という形式で刊行され続けるだろうということは、まだまだ予想がつく。つまり、その利便性ゆえにそう簡単には消えることはないだろう。しかし、コンピューター・ゲームの方もそのソフト開発がますます盛んとなっている。

ところで、「本の特性」の4項目の一つである②の論評と③の教育に関する部分はどうなるであろうか。まず哲学、思想、自然科学などの学術研究的な要素が強い分野は文系、理系を問わず、専門性が強く大衆性に乏しいわけだから、従来から発行部数も多くは望めないし、挿入図版の点数も多く複雑な内容を持つものが多かった。したがって一冊あたりのコストも当然、高価となっている。こうした専門性の強いテーマは従来どりの、活字本を中心とした書籍や、ビジュアル本の領域で刊行され続けて行くだろう。実際、活字というメディアに対する信頼は今もたいへん厚い。その一つの例として、例えば学問などの業績評価が、一部の芸術分野などを除けば、相変わらず文章を中心とした表現に限られ、そこに図版が加味された「出版物という形式」が主体であることがあげられる。

そこで、版元にとっても、書店にとっても、また読者にとっても、大衆的なエンターテインメントを主目的とした一般大衆向きの商品及び、児童図書や学習参考書など、教育的図書とはいえ、大衆的な要素が強いものと、専門的、学術的、文化的なハイレベルのものとの明確な区別とその選択及び、そこにさまざまな特典を設けて保護育成することなどが必要となってくる。

しかし、この「選択」という行為は、誰にもうかつに手出しができない重要な問題である。なぜなら「誰が、何をセレクトするか」という問題が常についてまわるからである。それが誰の手で行われるにせよ、何らかの基準を設けて「選択」ということは、つきつめればせつかく日本国憲法第21条で保証されている「集会、結社及び言論、出版その他いっさいの表現の自由」という問題に抵触してしまうおそれを伴う。PTAなどを中心に有害図書を断罪する声はかねてから高いが、もう一つめざましい進展がみられないのは、主としてこの理由による。

そしてもう一つ、より多く売れる本に関して、コストダウンがはかれること自体は歓迎すべきことだが、その結果、実は二つの問題点が残る。その一つは刊行されるのは「売れる内容」に偏ってしまうだろうということである。しかも、刊行されてから絶版になってしまうまでの書物の生命ともいえるべき「回転」がさらに早くなる。そして、内容が問題。「売れさえすれば」ということで内容的には響感を買うような書

物の出版もすでに数多く見受けられる。こうした傾向は今後ますます顕著となるだろう。一方、良い本はさらに手に入りやすく高くなる。また、極多品種少量生産の商品を扱わざるをえない状況に依って、必然的に郊外型大規模店舗の増設など、書店も様変わりが強られる。だが、書店の生き残りという問題に目を覆ってしまえば、来るべきマルチメディア時代のその先には、二つの新しい可能性が見えてくるかもしれない。

その一つは自費出版の大衆化。これにより、一般の人たちにとって表現活動の幅が広がる。「誰でも容易にまず作ってみることが可能」だから、とりあえず形にしたあと、その一部が資本力のある企業の目にとまって、メジャーへということも夢ではなくなる。そして、そうした段階をたどり、より広く公表されるようになる確率は、従来よりはるかに高くなるだろう。その辺の需要を先取りして、元毎日新聞社記者の高田城は、「自分流文庫、一人一冊出版運動」を展開し自らの運動を「自費出版でなく、自主出版である」と表現している。(16)

もう一つの方向は、「本作りの芸術化」という現象だろう。つまり本作りという行為そのものが、芸術表現化する傾向が顕著になり、本自体もその一部は芸術品となっていくだろうと考えられる。従来も美術家と詩人などが共同で制作した詩画集など、特殊な書物が多数、限定版という形で、極く少数だが制作されてきた。

こうした装幀、紙、印刷などに趣向を凝らしたいいわゆる少数、手作り稀観本の世界は、従来は一部の好事家の間でだけ大きな関心を集めていた。が、今後はそうした分野に着目する人が増え、一層大きな広がりを見せて行くだろう。これは少し前の高度成長期に見られた、高価で大型の、いわゆる「豪華本」が飛ぶように売れた時代とは全く条件を異にする。最近是一段と印刷技術が向上し、20数年前の豪華本ブーム時代の原色版と比べればはるかに精度の高い、製版の網点が600線という超精細の製版技術さえ開発され、カラーの印刷技術と、その再現性は飛躍的に向上している。

しかし、どれほど製版技術がよくなると、そして装幀や仕様趣向を凝らそうと、4色分解によるカラーの印刷方法が主体であるというだけでは、出版物としての付加価値には限界があると思われる。すべての作業が手で行われていた浮世絵の時代の印刷物と同じような意味での、芸術品化現象がおこるとは考えられない。かつての豪華本ブームは、高度成長期のみ特有の現象であり、徒花だったのだ。だから、新しい時代の手作り稀観本は、もうすこし工芸品化の方向を重視しなければならない。

けれども、よく考えてみればもともと大正時代に機械製本が始まる前の時代、当時の一般書はすべて手作りであり、工芸品そのものでもあったと言ってもよい。したがって、今でも日本、あるいは東洋だけでなくヨーロッパでも少し古い時代の手写本であるマニュスクリプト(Manuscript) (17)の多くは、その貴重性と造本の美しいものが多いが故に、たいへん珍重されている。こうした傾向は、東洋でも同様であり、日本でも本阿彌光悦が作った美しい工芸本である嵯峨本などの評価が高い。(18)

こうした一種の専門家とも言える芸術家たちの本作りの活動が、これからは再び活発となるだろう。そしてそれは、専門家の間だけでなく一般の人たちも特別な稀観本作りに参加するという傾向を、強めていくだろうと思われる。本作りは、生活文化の質的向上、あるいは芸術化という方向を求める人々にとって、また長く続ける生涯学習のテーマとして、文化的な香りを持ち、たいへん魅力的な要素に満ちているからである。

関連する、もう一つの注目事項はルリユール(reliure =製本工芸)という上品な趣味の世界の存在である。これはヨーロッパで特に盛んに行われていた伝統工芸の一種で、出版社が印刷した仮綴の印刷物を購入し、買った人が自ら装本的要素を加味して、本の外装を自作する世界のこと。日本でも東京をはじめ全国のカルチャーセンターなどで、数多く手作り製本教室が開かれており、最近特に主婦などに人気が高い。その第一人者に、1975年に『モロッコ革の本』(19)を著した栃折久美子がいる。栃折は数々の名著の装幀を手がけた造本デザイナーだが、1972年にベルギー国立高等建築視覚芸術学校のルリユール科に留学し、実習生として学んだ。その体験を書いたのが『モロッコ革の本』であり、日本への本格的なルリユールの紹介者として特に大きな業績をあげたと言ってよい。この手作り本講座の開設は、もともと主婦の教養を高めるという目的で、カルチャー教室にさまざまな講座が開かれていた中で、一段とその自己表現の

幅を広げるという効果を生みだした。

こうした世界の代表的作者の一人にテイニ・ミウラがいる。1986年に刊行された『本の正坐』⁽²⁰⁾の中で、寿岳文章も称賛しているように、彼女の作品はどれも造本の美しい一品制作の芸術品ばかりである。また、『季刊銀花』第40号⁽²¹⁾などの雑誌でも紹介されているように、例えば、大正時代の初期、夏目漱石や田山花袋などの本の装幀を数々手がけた、装幀家津田青楓の作品などは、現代の視点で見れば皆美しい芸術品であったと言ってもよい。このように「出版離陸の時代」に至る初期に、洋式製本の形式でつくられた書物には、まだ手作り時代の香りが充満しており、特に装幀の美しいものが多く見受けられる。しかし、近年は、大量製本の時代を迎えたことによって、技術的には手作り時代とは様相を異にしている。

ただし、使用する素材は量産に適したものに限定されるとはいえ、装幀デザインに関しては、近年、新しい感覚をもったすぐれたデザイナーが輩出しており、質的な向上が著しい。だが、ルリユールはこれらの量産本生産とは詳細を全く異にする。

一方、ルリユールのように特に造本に凝るとは限らないが、自作を歌集、句集、自伝、小説集などにまとめハンデいな形で作る、自費出版もすでにブームとなっている。そして、従来は自費出版といえども出版社、印刷製本会社、編集プロダクションなどの手を煩わせていたものだが、今ではできるだけ多くの部分を自ら手がけることが盛んとなってきた。したがって、必然的に「趣味の世界」化する傾向も顕著となっている。

その最も大きな理由は、すでに述べたようにパソコン、ワープロの大衆化であり、さらに電子出版技術の登場によって低コストでの本作りが一段と容易になったことによるが、同時にこれは「誰でも自由に、容易に情報が発信できる時代の到来」という意味に解釈できるかもしれない。それはある意味では紫式部などの時代が、あるいは一部の民間の学者や、文士が活躍した、江戸時代のある時期などが再来した、と言えなくもない。

今でもそうだが、本来出版社の活動は、教育報道機関であると同時に営利企業でもあったから、「利潤追求」という側面を無視できなかつた。したがって、その目的を達するためには費用と内容に関して必然的にさまざまな制約が伴った。そのために、製版、印刷、製本、紙の抄造など、本作りを支える具体的な側面に対しては、大きな資本を持つ組織の裏づけが欠かせず、著者側もこうした企業との取引が不可欠であった。

とはいえ、日本の出版社の規模は一部を除けば、今でも必ずしも大きくない。『出版ニュース』⁽²²⁾によれば、1995年の時点で出版社数は4487社、従業員数は図③のような構成となっており、10名以下が2068社と約半数を占め1000人以上の従業員を抱える社は講談社ほか31社しかない。

マルチメディア時代の出版文化：図版
図③ 出版社の従業員数

10名以下	2,068社
11～50	987
51～100	184
102～200	114
201～1000	119
1001名以上	31
不明	984
計	4,487社

「日本の出版統計」『出版ニュース』
1995年5月中・下旬合併号より

しかし、考えようによっては、版元が出現し、「本を作って売る」という出版社の活動が、一つの経済活動として成立したのは、人類の長い歴史から見ればわずか300年ていどという短期間の現象でしかなかったとも言える。

それ以前、本はもともと情報の欲しい人、読みたい人が自ら書き写すものであった。近世、幕末にすらそうした例は多い。例えば福沢諭吉の『福翁自伝』⁽²³⁾、勝海舟の『氷川清話』⁽²⁴⁾などに若き日、彼らが辞書をまるごと一冊筆写し、一冊は高額で売り生活費にし、一冊は自分で使用したという実例が具体的に紹介されている。

ということは、書物の成立にあたって、もともと「書きたい、発信したい」側の「まず書く」という行為が先行していたとも言える。

その内容が口コミで伝わり、読者が自ら書き写すことで広まった。さらに近世になって、資本力を持つ版元が登場すると、それは商品となってあまねく流通していった。今、古典として評価の高い名作も最初は自費出版で、あるいはそれに類似した形の非商業的出版物という形で、まず刊行されるという過程

をたどったものが多い。それどころか、ベストセラーとなった書物も、出版され日の目をみるまでには、似たような紆余曲折を経たものが数多く見受けられる。

最近でさえもそうした例は多く、鶴見済の『完全自殺マニュアル』は85万部も売れた大ベストセラーとなった話題の書物だが、太田出版に行き着くまでに、17社に断られたという⁽²⁵⁾ いくつきのエピソードがある。さらに、古くは、いずれもベストセラーとなった五味川純平の『人間の条件』や、穂積隆信の『積木くずし』、俵万智の『サラダ記念日』なども、同様のプロセスをたどっている。そして、こうした傾向は、外国でも同様だ。

だから手写本を作ることを、新しい形で容易にってしまったワープロ、パソコンの大衆化は、かつて大きな予算の裏付けを必要としていた、一般の人たちの自己表現をも、小遣い程度の低コストで実現させることに成功した。そうしたプライベート出版の実例の一つに自費出版マンガ家たちのフェスティバルである「コミケ(コミックマーケット)」の隆盛がある。これはマンガやアニメーションの同人誌の展示販売会のことだが、東京・晴海国際見本市会場や幕張メッセなど、さらに全国各地で年間30回以上開催されており、出展者(展示スペース数)だけで最高1日10000人、また毎回、それを見に数万人の若者が参加するという、一大フェスティバルとなっている。そして、出品される作品の質も、近年は、飛躍的に高まっている。これは軽オフセット印刷の質的向上がもたらしたもののだが、さらに昨今は、DTPの出現により、その表現の幅が一段と広がっている。

そして、マルチメディアの登場で、ますます発信だけでなく、インタラクティブな情報の相互交換も容易になってきている。

こうした状況に対して、始めからワープロを使っているので新しい書物を出版した時でも「自分の原稿が活字になる喜びというのを知らない」と、布施英利は『电脑版 文章読本』⁽²⁶⁾ のなかで述べている。が、一方、この発言はオリジナル原稿を、「とりあえず活字化することの容易さ」という時代の現況を、端的に表現しているともいえる。

したがって、出版文化を「紙に印刷し製本したもの」と限定して考えれば、こうした書物の世界はすでに述べたように、マスコミ+自費出版の増加という意味での「一般大衆化」と、「特殊専門芸術化」という二極分化の方向に行くといえるだろう。いずれにせよ、従来のようなスタイルの紙に情報を印刷して製本した本や雑誌が、この世から全くなってしまうとは考えられない。そのメリットは残るからである。本の手軽さ、安さは不滅なのである。一方、パソコンはノートパソコンなどの軽便な機器があるとはいえ、持ち歩きが不便であり、電源の制約など利用する場所も固定される。

大衆化の進行という現状は、最初は上製本の書籍として出版され、数年後に文庫本として刊行されることが通例となっている小説や、一般単行本など「ハードカバーと文庫本の関係」をとりあげて見れば、容易に推察できる。要するに、内容は同じでも本の形が定型化された文庫本と、さまざまな仕様を持つハードカバー本との読者との棲み分けは意外にうまく行っている。だから、出版される時期は少し遅れても、安いコストで定型的な文庫本にすることで、総読者数は確実に増加する。しかも、一旦市場から消えてしまった本の内容が復活し、さらに新しい読者を獲得するという現象もおこってくる。これは、著者にも、版元にもメリットが大きい。

また、最近はそのような需要が一層増えたため、当初、上製本で発行された書物が文庫化されるテンポも早い。しかも、文庫化されるアイテムの数もますます増加している。一方、文庫化されたことによりロングセラーとなった作品も数多い。このようにまだまだ、書物特有の持ち味は忘れられてはいない。

そう考えると、今後はコミックに代表される娯楽的な要素は、一部、従来のような書籍型は残るとはいえ、コンピューター・ゲームとそのソフトを中心に、マルチメディアの世界で発展して行く。

一方、本の一部は手作り。小部数。かつて高橋啓介が『珍本古書』⁽²⁷⁾ で紹介したような嗜好品の世界に近づいていくだろうと思われる。いわば稀覯本の復活。そして、それは芸術品として作られ、一部の人の間で尊重されて行く。そうすると本作りそのものがもはや創作活動だ。そして、それは外見だけでなく、書く側の主体性についても言える。

こうした流れを受けて、出版物と読者をつなぐ図書館の機能も、より専門的な方向付けが必要となる。

各自治体などの手による図書館の絶対数の増加が望ましいのは、当然だが、すでに第二国会図書館建設計画が関西地区で進められているように、図書館ごとの一層明確な性格づけ、専門性の重視が必要となる。その種類、あるいは発展型として、フィルムライブラリーがすでにあるように、次のような特色をもった専門館の必要性が考えられるかもしれない。それは、例えば、

①保存は何でもという国会図書館型 ②地域密着の大衆向け従来型自治体図書館 ③ジャンル別専門家向けの館 ④子供図書館あるいは中高校生専門館 ⑤装幀収集専門の図書館 ⑥古典籍専門図書館 ⑦電子出版、映像関係専門図書館などである。また文庫や新書、マンガなどペーパーバックスの収集に徹するという形も必要となるだろう。民間ではすでに、漫画図書館や自費出版物専門図書館が各地でいくつか実現しているが、公共施設としてこのような変わり型の図書館が次々と、身近に出現すれば私たちが本とかかわる楽しみは、もっともっと広がって行くに違いない。

というわけで、マルチメディア時代の到来は必ずしも出版の敵とは言えない。その可能性は新しい時代への序章と考えられる。したがって、マルチメディア時代の到来を前提にした書物の新時代は、江戸時代から明治、大正・昭和にかけての、近代の「本の離陸時代」がたどったような、少数の書き手と多数の読者という明確に分離した関係を変えるだろう。つまり従来のように、一方的な流れであった著者と読者の基本的な構造を双方向、多発信時代という関係に根本的に変えてしまうと思われる。

それに伴ってプロ、アマの区別も、その概念も全く変わってしまい、相互乗り入れが強化され、一人の人格の中で両立する現象が起こってくる。

そのことは、かつて多くの人々が「読者」という一つの言葉でくくられ、単に多くの書物の中から「選択して読む」だけだった時代から、「誰でも文章を書き、書物として世に問い、発信できる」時代へという転換を意味する。いわば、一般大衆の読み手から書き手への転換「一億、総創作家時代の到来」だ。

ということは資本力のある大手出版社に独占されていた少数の発信の拠点が、バラバラになって広がり、無数に増加しパーソナル化するということでもある。そして、それは、特別に有名な作家でなくても、誰でも容易に著者になれることを意味している。最近、「本にしてあげます」、あるいは「本にする原稿をさがしています」などという形で一般の人の原稿募集をうたう出版社が多数出現してきているのも、そうした時代が間近であることを告げていると言えるかもしれない。

「新百家争鳴時代」の到来。こうした私家版の隆盛という時代の真っ只中に、今我々はいる。それは、まさに人々が「マスコミ時代からミニコミ時代へ」の転換点を迎えたということでもある。それに伴い、今後は一般の読者も、単に本を読むだけではなく、その読書活動を記録し、書物自体の姿を眺め、愛でる、例えば「創作読書」といったような、全く新しい概念の確立と、その普及運動が必要になるかもしれない。

その方法としては、「蔵書票の存在」²⁸⁾も見逃せない。読書の楽しみを増す小道具の一つとして、重要な役割を果たすことができるかもしれないからである。その蔵書票も、従来のように専門家に作らせて使用するだけでなく、自ら手作りして使う時代となったとも言える。なぜならプリントゴッコのような軽印刷技術の普及がそれを保証したからだ。また蔵書票を楽しむ背景として書物へのこだわりを持つことが必要となる。その結果、「蔵書票を貼るにふさわしい本とは何か」を、各自が考察するチャンスが生まれてくる。そうした精神は結果的に「良書を選択する眼」を育てるという副次的効果を期待できるかもしれない。

今、あまりにも出版点数が多く、しかし小部数しか出版されない書物群が多すぎる。そして、ほんとうにそれを読みたい人と書物とが、どう接点を持てばよいのかが、新たな問題となっている。したがってプロ、アマを問わず個人個人が、より効率的な書物との接点を持つために、多くの工夫が必要とされる時代でもある。

しかし、山積している問題点を解きほぐしていけば、必ずしも悲観的要素ばかりとは言えない。読書の楽しみは不変である。いずれにせよあと5年未満で21世紀。その「近未来」は案外可能性に満ちていると言えようか。

1995.10.30

注

- (1) 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.

- (2) 高田克太郎、中嶋正夫、吉澤輝夫、図書館科学会編『講座新図書館学②図書館資料論』教育出版センター、1976年、pp.20-23.
- (3) 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。
- (4) マルコム・ジョーンズ、「この情報誰のもの」、News Week、1995年9月6日号、pp.48.
- (5) 中島信義「電子出版の基礎知識(特集:電子出版の新時代)」日販通信、1992年4月号、pp.14-42.
- (6) 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、出版ニュース社 pp.8-12. これは1995年2月23日に行われた出版学会定例研究会で報告された内容をまとめたもの。
- (7) 前野和久『この一冊でマルチメディアのすべてがわかる。』三笠書房、1994年10月、pp.23.
- (8) 西垣通『マルチメディア』岩波新書、1994年、pp.90.
- (9) 杉山隆男『メディアの興亡』文藝春秋、1986年6月
- (10) 光村早史『印刷革命』印刷学会出版部、1983年4月
- (11) 中島洋『マルチメディア・ビジネス』ちくま新書、1995年、pp.15-21.
- (12) 文化通信、1995年10月2日号
- (13) 土肥由夫『DTPによる超低価格自費出版のすすめ』舵社、1995年8月
- (14) 篠田博之「マンガ王国の翳り」創、第282号、1995年7月号、pp.16-23.
- (15) トーマス・ホワイトサイド著、常盤新平訳『ブロックバスター時代』サイマル出版会、1982年、pp.10.
- (16) 高田城『自分の本をつくる』ネスコ/文藝春秋、1993年、pp.216-221.
- (17) Giulia Bologna.Illuminated Manuscripts.The Book before Gutenberg.1988.New York.
- (18) 庄司浅水『日本の書物』美術出版社、1978年、pp.53,61-63.
- (19) 栃折久美子『モロッコ革の本』筑摩書房、1975年
- (20) 寿岳文章『本の正坐』芸艸堂、1986年、pp.141-150.
- (21) 「津田青楓装幀集」季刊銀花、文化出版局、第40号、1979年、pp.45-63.
- (22) 「日本の出版統計」出版ニュース、1995年5月中・下旬合併号、pp.14.
- (23) 福沢諭吉『福翁自伝』岩波書店、1991年、pp.82.
- (24) 勝海舟『氷川清話』角川書店、1972年、pp.277-279.
- (25) 「ミリオンセラーの正しい作り方」頓智、創刊号、ちくま書房、1995年、pp.150.
- (26) 布施英利『电脑版文章読本』講談社、1995年、pp.85.
- (27) 高橋啓介『珍本古書』保育社、1978年
- (28) 田中薫『書票で楽しむ』さきたま出版会、1993年

