

川井良介教授の雑誌研究の軌跡

植 村 八 潮

はじめに

本稿は、川井が取り組んできた「出版学としての雑誌研究」とは何かについて、検討し、その後、川井の研究の足跡に沿って、雑誌研究の確立と出版教育の実践まで触れることとする。このことで、雑誌研究の潮流を明らかにするものである。執筆に当たり、川井の論文や著作を参考にした上で、インタビュー（2021年10月29日）を行った。なかでも、自らの出版研究の道りを振り返った「私の出版研究」（川井良介『出版ニュース』通巻2,146号, p.6-9）は、インタビューとともに本稿の前半の骨格をなすものである。

1. 「出版学としての雑誌研究」とは何か

川井の雑誌についての研究論文である「雑誌の概念と類型（上）」『出版研究』（23号, 1993）において、雑誌を「定期的に刊行される冊子形態の印刷メディア」と定義している。

そのようなメディアである雑誌を研究対象とする意義を考えてみたい。新聞、雑誌に加え、ラジオ、テレビ、インターネットなど戦後、多様化したマス・メディアの中で、雑誌には雑誌ならではの特徴がある。それがとりもなおさず、雑誌メディアを研究対象とする背景ともいってよい。

新聞と雑誌は、保存性のある印刷メディアであり、その時、その時代を記録した文字中心メディアである。何らかの技術的手段をとらなければ記録・保存できないラジオ、テレビ、インターネットなどの電波・通信メディアと異なり、記録・保存された史料として、比較的容易に情報を入手することができる。

また、視聴という受け身の行為になりがちなラジオやテレビと異なり、雑誌は読者のコミットメントによる「参加型メディア」である。市民社会に広く一次情報を提供し、時には議題設定機能から世論に一定の示唆を与えようとする新聞と異なり、雑誌は、読者との結びつきは強く、読者の声を反映して編集方針が決まっていく面もある。少年コミック誌のように、数百万部というマス雑誌でありながら読者アンケートによって掲載マンガを決めていたことなどは、そのよい例である。一般に雑誌は新聞とともにマス・メディアに分類されるが、雑

誌によっては必ずしも“マス”ではない。ミニコミ誌や学術雑誌であれば数千部程度もあり、一般に市販される雑誌であっても数万部程度の趣味雑誌もある。このように根強い愛読者によって支えられた強固なコミュニティを作り上げているのも雑誌ならではの。

このほか、雑誌と新聞の特徴の違いとして、『現代ジャーナリズム事典』では、次のように解説している。

「新聞は一般的に全方位型のメディアであるのに対し、雑誌は、対象とする読者の年代・世代・性別・趣味嗜好によって、その内容が細分化されていることが多く、特定のジャンルに関する、より深い解説や、より細かな情報の提供を得意としている。そして政治・経済・外交や事件事故報道を中心とする新聞ジャーナリズムがカバーしきれない、芸能や音楽、ファッションなどの領域に強みを発揮することが多い」（『雑誌ジャーナリズム』『現代ジャーナリズム事典』）

このように新聞と雑誌のジャーナリズム機能を比較しても、宅配による定期購読の多い新聞とは異なり、特集によって販売部数が左右する週刊誌は、読者の興味関心が反映しやすい。そのためスキャンダルリズムに陥ることもあるが、それも研究材料として、世相を分析とすることもできる。

雑誌に関連した研究は、大きく2つに分けることができる。1つは、社会学や、メディア研究、メディア文化論の領域で、雑誌メディアが社会に与える影響を分析することや、コミュニケーション論の立場から送り手・受け手の動向を追求する研究である。さらに隣接領域としては、雑誌記事のテキスト分析を重視する文学研究や、記事を史料として扱い、その時代ごとの風俗や世相、世論の反映を分析する歴史社会学のアプローチもある。女性誌を用いた女性史研究やジェンダー、ファッション、化粧品などのテーマや、現代の若者雑誌を用いた欧米化、音楽、若者文化などを扱ったカルチュラル・スタディーズなど雑誌を研究素材とした研究も多い。

もう一つは、「出版学としての雑誌研究」である。雑誌メディアそのものを対象として、雑誌の外形的性質（刊行形態や判型）、雑誌のメディア特性等を取り上げて、「雑誌とは何か」という問いに応える研究である。

川井は、「90年代の雑誌研究」（『出版研究』32号、2001）で雑誌研究のレビューを行う際に、文献を①雑誌の原理、②雑誌の現状、③雑誌の内容分析、④雑誌ジャーナリズムに分け、さらに「雑誌の原理」を「雑誌の概念や学術雑誌、部数」、「雑誌の外形的性質（刊行形態や判型）」、「雑誌のメディア特性」、「雑誌の生態」に分け、対象を絞り込んで論評している。「90年代の雑誌研究」では、日本出版学会『出版研究』に掲載された論文で、「雑誌を直接的に研究テーマとなる最初の論文は、田村紀雄「都市とリトル・マガジン—そのエコロジカ

ルな点描』『出版研究』(3号, 1972)と思われる」としている。『出版研究』(2号, 1971)に掲載された、井上輝子「『女学雑誌』の執筆者構成—明治二十年代ジャーナリズム構造解明のための試論」については、「これは歴史研究に分類されるべきだろう」と評している。つまり、井上論文は「出版学としての雑誌研究」ではないと捉えているのである。

この論文で対象として扱った論文とその分類方法は、川井が「出版学としての雑誌研究」をどのように捉えているかを意味している。そこで論評されている主要な論文の多くが川井の執筆によるものであることは、川井が「出版学としての雑誌研究」の開拓者であったことを如実に表している。

なお、このほか、雑誌に関連する書籍として多いのは、雑誌編集者による雑誌の思い出や体験的編集論である。これらは客観的事実に基づく研究論文ではなく、主観に基づく評論とすべきもので別な著述分野である。もちろん、言うまでもなく分野の違いに優劣があるものではない。

2. ミニコミ誌ブームとタウン誌『あんふあん渋谷』の創刊—雑誌への関心

次に川井が、雑誌とどのように係わり、研究者として雑誌研究を一生涯のテーマに選んだのか述べることにする。その研究の足跡を大学院の進学時にまで戻して見ていくことにする。

川井は1972年に明治大学商学部を卒業後、同大学大学院に進学する。大学院への進学は、「研究者になるためではなく、雑誌のパブリシャーになるためであった」という。雑誌を発行するのであれば、どこかの出版社に入って、編集や営業の仕事覚えてから独立するという道もあっただろうが、「若気の至りかそういう選択はしなかった」という。そこで大学院に籍を置いたまま、1973年に渋谷のタウン誌『あんふあん渋谷』を創刊した。資金は小学校以来の貯金に加え、日本育英会の奨学金も使った。頒価の安いタウン誌のビジネスモデルはブティックや喫茶店などを会員とし、会費の代わりに広告を掲載するシステムである。比較的少額の初期投資で創刊できるのが特徴である。

ここで、1970年代のタウン誌、ミニコミ誌を振り返っておこう。

『朝日ジャーナル』は1970年代初頭に特集「ミニコミ'71—奔流する地下水」と題して、約800紙誌のリストを掲げたミニコミ特集をしている(1971年3月26日号、朝日新聞社)。巻頭頁にある「風速計」では、「マスコミとミニ」と題して、ミニコミのミニたる意義を次のように書く。

「管理社会におけるミニコミの必要は、より根源的な理由がある。マスコミは管理する側の情報にかたよりがちとなるからだ。生活に密着した、原点の明確な少数者の主張がなければ社会は腐敗する。発生初期の新聞は、発行部数も少なく、また生活密着という点で、ミニコミ的性格をもっていた。機械設備や機構の巨大化につれ、管理社会の重要な構成要因とな

るにいたる。いわゆる体制下だ。(中略)しかし、イデオロギーによってではなく、身近におこっている生活環境の革命的变化を自分の目で見直すという姿勢は、すべてのミニコミ、住民運動、その他草の根運動に共通している。」

『朝日ジャーナル』は、全共闘運動が盛り上がっていた1969年に、早稲田大学新聞が「右手にジャーナル、左手にマガジン」と書くように、『週刊少年マガジン』と並び称されるほど、若者に支持された雑誌である。以来、このフレーズは、「全共闘世代」であり「団塊の世代」である当時の学生の心情をよく表しているとして喧伝されている。学生運動の退潮とともに同誌の販売部数も落ちている。

学生運動の余熱を感じさせて、「風速計」は、次のようにも書いている。

「両三年前まで管理社会の諸問題をえぐり出す役割は学生運動がはたしていた。いまは退潮期で、ここにミニコミ繁茂の土壌がある」

まさに社会の潮目の変化をミニコミ誌の反映に見た特集である。学生運動の最中に大学生生活を送った川井が、このようなミニコミ誌ブームを受けて、生活文化情報を基盤としたタウン誌発行人の道を探ったことは容易に理解できる。

なお、「ミニコミ」とは「ミニ・コミュニケーション」の略語で、1960年前後の安保闘争のなかで、当初の条約批判から承認に転回したマスコミへの批判を込めて、その対極として生まれた和製英語である（「ミニコミ」『日本大百科全書』）。ここで、ミニコミ誌研究で多くの業績を残す東京経済大学名誉教授である田村紀雄の記述から、ミニコミ誌から生活情報誌としてのタウン誌への変化を確認しておく。

「アメリカでもベトナム戦争の終結を機に、社会批判を伴ったアングラ誌とよばれるミニコミの大半は姿を消すか、変質していった。消えた例は『フリープレス』『パーブ』などであり、変質したのは『ニューヨークポスト』などに垂直的統合（多様化の一形態）していった『ビレッジ・ボイス』である。かわって環境、ホモ、マリファナなどの問題を追及するミニコミが現れたが、全体として風俗化している。ただ日米とも、タウン誌やフリー・ペーパーにみられるような地域に根ざした情報誌的な新しいタイプのミニコミが全盛になったことである。」

『朝日新聞』1984年1月17日東京朝刊「消えるミニコミ喫茶 東京・神田の「アクセス」タウン誌の盛衰を眺め七年」と題して、1977年開店し、全国のミニコミ、タウン誌が読める喫茶店の閉店を告げている。記事によると「タウン誌の全盛期は4、5年前」とあるので、70年代末までとなる。この記事には、店主の中井浩子と田村紀雄が話し合っている写真が掲げられている。「アクセス」の活動は、中井浩子『ミニコミ読本』にまとめられている。

街のイベント情報、買い物、食事どころといった生活情報から出発した「タウン誌」が興隆を見るのは、むしろ70年代後半から80年代で、バブル崩壊を迎える90年まで順調に創刊している。映画情報とコンサート情報に徹した雑誌『ぴあ』が、中央大学の学生だった矢

内廣によって創刊されたのは1972年7月である。同誌のライバル誌『シティロード』が『コンサートガイド』の名で創刊されたのは1971年12月である。生活情報誌としての「タウン誌」は、「アングラ的なミニコミとしてスタートしたものもすくなくないが、発行人たちが地域に根ざした雑誌ジャーナリズムの企業化を当初からデザイン」していた（田村 p.19）。

『あんふあん渋谷』は、『朝日新聞』の若者欄に「安・不安」と揶揄された見出しで紹介されている（1973年9月22日東京夕刊9面）。川井のコメントも載っていることから、同記事を引用しておこう。なお、記事中で『あんふあん渋谷』を「渋谷タウン誌の三代目」とあるが、初代、二代目の渋谷タウン誌が何は不明である。



『あんふあん渋谷』創刊号
（写真提供：大宅壮一文庫）

〈安・不安〉

東京・渋谷に渋谷タウン誌の三代目があらわれた。新書版を一回り大きくした、縦長の三十二ページ。名は「あんふあん」（連絡先略）。フランス語で子ども、の意。若者のつくる、若者向けの雑誌である。

最年長二十六歳、平均二十四歳のスタッフが編集している。定価百円。イラスト、写真が中心。七月発行の創刊号は「渋谷—その魅力」、九月発行の二号は「渋谷—文学散歩」を特集している。

発行人の川井良介さん（二六）「風俗の先端を行く赤坂、青山に接し、渋谷の若者は、流行に敏感です。東大、青山学院をはじめ大学が多く、流行に知性を加える編集方針です。八千部発行しますが、ほとんど無料配布、売れるのは二百部しかありません。喜んだり、不安になったりの日々です」

この記事からも分かるように、『あんふあん渋谷』はミニコミ誌ブームを背景に誕生した「タウン誌」の流れをくみ、編集方針として若者文化を押し出していたということである。その点からは生活情報に徹した「タウン誌」とは言い切れないものがある。ミニコミからタウン誌への変換点に生まれた雑誌として記録にとどめたい雑誌である。川井によると、会員獲得の営業不足とオイルショックによる紙の値上がりを要因として、企業化を図ることもなく文字通り3号で終刊となっている。

3. 「雑誌の流通ルート」を追って—雑誌研究の始まり

川井にとって『あんふあん渋谷』が雑誌との係わりの原点であれば、雑誌研究の原点は、「即売ルートの歴史」を追った修士論文「週刊誌の流過程に関する研究」（明治大学大学院）の取り組みにある。

明治大学大学院政治経済学研究科政治学専攻に身をおいていた川井は、指導教授の中野渡信行から、マス・コミュニケーション研究をすすめられ、大学教員の可能性を示唆された。研究者としての才能には自身がなかったが、よき教師にはなれるかもしれないと思ったという。『あんふあん渋谷』の終刊後、身の振り方を考えているところで、大変ありがたい話であったが、タウン誌発行に全力を投入してきたため、修士論文はまったく準備できていなかった。それでも修士論文を提出して将来の博士課程進学を目標に、修士課程3年を迎えることになる。タウン誌発行の姿を見ていたからこそ、指導教授は川井にマス・コミュニケーション研究を勧めたのだと思われるが、明治大学大学院には、マス・コミュニケーションやジャーナリズムの研究者がいなかった。そこで上智大学大学院文学研究科（新聞学専攻）に聴講生として通学することになる。

もともとタウン誌を発行したくらいだから、メディアには関心があった川井にとってマス・コミュニケーション関係の講義は楽しいものだった。しかし、この1年間で、修士論文のテーマを見つけ、書き上げるには時間が足りない。雑誌ジャーナリズムをテーマにしようとも思ったが、研究方法が判らないので断念することになる。

修士課程は4年間しか在籍できないことから、残り1年になった焦りのなかで「雑誌の流通」をテーマに思いつく。きっかけは、まさにタウン誌発行の経験からである。「本のデパート」という看板を掲げる渋谷の大盛堂の船坂弘社長（当時）から、雑誌を売るために東京出版販売（現トーハン）の担当者を紹介され、訪ねたことがあったのだ。

ここで、川井の修士論文「週刊誌の流過程に関する研究」を見ていく前に、戦後の週刊誌の創刊を振り返っておこう。1955年から1960年代にかけて、新聞社系と出版社系による「週刊誌ブーム」が起こる。週刊誌は、日々の出来事を記録するという意味でのジャーナリズム機能を持ちあわせている。その出自に加えて、短期間で発行するための取材力や資金力、販売力から新聞社によって刊行されてきた。古くは大正時代に創刊された『週刊朝日』と『サンデー毎日』があり、これに52年創刊の『週刊サンケイ』『週刊読売』などが加わって週刊誌時代が始まった。54年9月には扇谷正造編集長時代の『週刊朝日』が100万部を突破した。そこに初の出版社系週刊誌『週刊新潮』が56年2月に創刊された。同誌の成功に続き、56年に『週刊漫画』、57年に『週刊女性』、58年に『週刊女性自身』『週刊大衆』『週刊明星』『週刊ベースボール』、59年に『週刊朝日ジャーナル』『週刊文春』『週刊現代』『週

刊平凡』『週刊少年マガジン』『週刊少年サンデー』が続々と創刊されていった。

川井がタウン誌の創刊や雑誌研究に取り組んだ、1970年代は、雑誌の黄金時代の幕開けでもあった。1972年に書籍販売金額2701億円に対して雑誌販売金額が2793億円となって追い抜いてから、近年まで「雑高書低」と呼ばれる時代が長く続いていた。

雑誌は書店で販売されているが、週刊誌はむしろ、新聞紙とともに駅の売店や街頭の新聞雑誌スタンドで販売されている。この駅売店・スタンドでの販売を新聞宅配を指す「実売」に対応し「即売」と呼んでいる。もともとは新聞社系週刊誌がその道を作ったと思われるが、出版においては雑誌流通ルートの一つとして機能している（「即売会社」『白書出版産業2010』）。大部数の週刊誌をタイムリーに配送するために、取次による書店配送とは別な流通ルートとして「即売」が利用されたのだが、当時は明らかになっていない点も多かった。川井はここに研究テーマを見出したのである。

さっそく、当時、銀座にあった日本ABC協会を訪ね、「ABC公査レポート」によって週刊誌の即売のシェアが大きいことを知った。1974年において、即売ルートのシェアは『週刊新潮』54.2%、『週刊文春』58.8%、『週刊現代』51.4%、『週刊ポスト』56.7%と、いずれも50%以上である。新聞社系週刊誌として有力な新聞販売店のルートのある『週刊朝日』でも、新聞販売店のそれよりも大きいシェアを占めていたのである。

中心的テーマは、即売ルートの歴史とした。先行文献である伊勢多次郎『新聞販売我観』（1928）や大西林五郎『日本新聞販売史』（1931）の記述は昭和6年頃までで終わっていたことから、論文の中核は、それ以降の歴史を探求することとした。四大即売と呼ばれる「啓徳社」「たきやま」「東都春陽堂」「東京即売」や鉄道弘済会（キオスク）などを尋ね、インタビューと資料の提供を依頼する。「そんなこと調べなくてもよい」と、塩を撒かれるような目にあうことや、何度も訪ねてもインタビューに応じて貰えないなど、苦労したようである。

このような過程を経て修士論文「週刊誌の流過程に関する研究即売ルートの史的考察」が完成した。

1977年、日本出版学会春季研究発表会において修士論文をもとに「即売ルートの歴史」を発表する。さらに「戦前期の即売ルート」（『出版研究』8号、1977、p.115-137）を学会誌に投稿する。同論文に対して、出版学研究に科学的手法を強く求めた箕輪茂男は「研究の目的と問題の範囲、研究の方法と資料の説明を明示して歴史記述に至るといふ、実証史学の手続きを立派にふんだ好個の科学論文である」（箕輪茂男「科学以前、科学以後—出版学方法序説」『出版研究』10号、1979、p.37）と高く評価している。

4. 非常勤講師の時代—雑誌研究の道のり

次に川井が1976年4月に、上智大学大学院文学研究科新聞学専攻博士課程に進学して以

降、マス・コミュニケーション研究やジャーナリズム論、出版論について学んだ先輩研究の講座や勉強会についてみていく。人との出会いがよい連鎖を生んで、研究者の道を歩むことになる。

上智大学では、出版関係の講義として何初彦の「雑誌論」が開講されていた。講義は何の研究に基づくというより、『ジャーナリズム・クォーターリー』など、外国の学術誌に掲載された研究の紹介が中心である。雑誌には、ジャーナル、レビュー、マガジンの三類型があるという指摘であった。

学会の研究会に参加するとともに心掛けたのは、上智大学では開講されていない、あるいは不十分な科目を学外に求めることであった。東京大学新聞研究所における竹内郁郎「世論」、立教大学で開講されていた「マス・メディア産業論」などは、担当教員の許可を得て学ぶことができた。

当時、全国で出版関係の科目がいくつ開講されていたか不明であるが、4年制大学では、出版の科目を担当する専任教員はいなかったと考えられる。東京大学新聞研究所にも、出版学の専任教員はいなかった。特に、「非常勤講師による『出版論』の優先順位は最低だったという」（川井良介「日本における出版教育—その概観」『出版研究』37号、2006、p.125）。4年制大学の専任教員として、出版研究者の第一号は、1989年、上智大学文学部新聞学科OBとして、同大学に就任した植田康夫ではないだろうか。

川井は、学生運動が終息した頃、学生運動など大衆運動の本質について、宗教運動を原型として考えようとする一冊の本、E・ホッファー『大衆運動』に出会い、同書の訳者である高根正昭を訪ね「押しかけ弟子」になった。高根は、高名な社会学者であり、清水幾太郎の愛弟子である。高根により学習院時代の後輩である藤竹暁を紹介された。

藤竹は、当時、NHK放送文化研究所の主任研究員を務めていて、後に学習院大学の教授に就任する。藤竹から、山本明との共編『図説日本のマス・コミュニケーション』（NHKブックス）の編集協力の仕事を任されることになる。川井は、この活動を通じて、出版だけでなく、新聞や放送、映画、広告にも関心を広げることになり、多くの知己を得ることになる。さらに、同書「Ⅲ出版」の執筆を分担することになった。

博士課程3年のとき、箕輪成男（元東京大学出版会専務理事）が法政大学文学部で担当した「出版文化論」も箕輪の許可を得て受講した。箕輪は、当時、国連大学学術情報局長の職にあり、海外出張が多いことから川井が代講することもあった。このことが縁となって、翌年の1979年に、「出版文化論」の非常勤講師として初めて大学教壇に立つこととなった。

ところで、当時の日本出版学会は、春季研究発表会のほか、年に2～5回程度の定例研究会や公開講演会が開催されるのみであった。その後、いくつかの勉強会が活動を開始するが、その第1号は、80年に川井が世話人を務めた出版勉強会である。翌81年には、書誌学者川瀬一馬の8回連続講座「日本出版文化史講座」を企画した。このほか、金平聖之助が主宰す

る「アメリカ雑誌勉強会」が、当時乏しかった海外の出版情報を学ぶ場として、勉強熱心な出版社社員が集っていた。

先の竹内郁郎から新設される山梨英和短期大学情報文化学科の専任教員を紹介され、大学設置・学校法人審議会教員組織審査も適格判定が出て、無事1991年4月から就任することとなった。1979年3月に上智大学大学院を単位取得満期退学して以来、11年間にわたる非常勤講師の生活に終止符を打つこととなった。

川井が研究者の道を志し、専任教員になるまでを振り返ると、多くの先輩との出会いがあったことが分かる。川井は人とのつながりと、恩を受けたことに対して礼を尽くすことの大切さについて、たびたび語っている。さらに強調することとして、すでに結婚していた川井の非常勤講師時代を陰日向になり助けたのは、妻の直子さんである。大学の専任ポストを得るために必須の条件と言われるのが学術書の単著である。川井が『世論とマス・コミュニケーション』（ブレーン出版、1987）を出版できたのも、専任教員になれたのも、妻の助けがあったからだ、川井が感謝の気持ちとともに口にしているのを筆者は何度も聞いている。

5. 『出版メディア入門』の編集と雑誌研究手法の確立

2006年、川井は、出版学の大学教科書として、『出版メディア入門』を編集する。それまでマス・コミュニケーション論やジャーナリズム関連の教科書の中では、「出版」を1章分設けることはあっても、1冊まるごと大学での出版教育のテキストとして編まれた本は、決して多くはない。先行書として植田康夫編『現場からみた出版学』（学文社、1996）がある程度である。特に出版学、出版メディアについて現状と課題を明確にした上で、歴史から法制度、電子化まで俯瞰した教科書はない状態であった。そこで、『出版メディア入門』は、大学で出版論を教え現場も熟知した執筆陣により、学部生の出版論テキストのスタンダードを目指すこととなった。オーソドックな構成でありながら、出版メディアの全体像を提示した定本ともいえる重厚な内容となった。第1版が2006年、好評につき改訂され、2012年に第2版が刊行された。

川井は、本書のまえがきの中で、書物がきっかけとなって引き起こされた歴史的イベントを例にあげて、出版メディアが果たして社会や文化に対する歴史的影響の大きさを指摘している。出版メディアの重要性をわかりやすく説明した文であり、まえがきに相応しい内容と言える。

出版メディアは、新聞、ラジオ、映画、テレビなどと比べ、はるかに長い歴史があり、その形態は、これまで、さまざまな変遷を遂げてきた。今日、出版メディアは紙に印刷された書籍や雑誌あるいは電子出版物を指す。しかし、その機能からみれば、粘土板文

書やパピルスも本である。

(中略)あるいは、出版メディアが広く普及する契機となった15世紀中葉のグーテンベルクによる活版印刷術からも550年の歴史がある。

このような長い歴史をもつ出版メディアは、これまでに社会や文化に多大な影響を与えてきた。グーテンベルクの印刷術は、フランス語、ドイツ語、英語などそれぞれの自国語のマーケットを形成し、それは各国のナショナリズムの勃興を促した。ルターの宗教改革は印刷術を抜きにしては考えられない。あるいは、印刷による正確な観察記録の書物の普及によって、G・ガリレイやニュートンの科学的発見があった。コロンブスのアメリカ上陸をはじめとする探検も『東方見聞録』などに刺激されたものである。さらに時代を下れば、T・ペインの『コモンセンス』はアメリカ独立の大きな契機となった。また、小説『アンクルトムの小屋』は奴隷解放に貢献した。日本においても、福沢諭吉『西洋事情』は明治新政権の政策に大きな影響を与えた。

以上のように印刷技術をもとにして、社会的文化的役割を果たしてきた出版メディアは、20世紀末に至り、インターネットに代表されるデジタル革命に直面している。

まさに、同書は「インターネットの登場によって既存のメディアが変容を迫られるなか、最古のメディアである出版メディアを考察することによって、メディアの将来を考える材料を提供しようとする」試みといえよう。

構成は以下の通りである。

第1章 出版メディアの概念と特性

第2章 出版メディアの歴史

第3章 書籍

第4章 雑誌

第5章 出版の電子化と電子出版

第6章 出版社の仕事

第7章 出版流通と販売

第8章 表現の自由と出版倫理

第9章 著作権と出版

第10章 読書と読者

出版就職ガイド

このうち川井は「第1章出版メディアの概念と特性」「第3章書籍」「第4章雑誌」の執筆を担当している。なかでも「第4章雑誌」は、長年、雑誌研究と雑誌教育を行ってきた雑誌論の集大成とも言える内容となっている。

「4.1雑誌の概念と分類基準」では、川井の雑誌研究論文である「雑誌の概念と類型

(上)』『出版研究』(23号, 1993)での研究成果から、雑誌を「定期的に刊行される冊子形態の印刷メディア」と定義している。また雑誌の分類については、「刊行形態, 判型, ジャンル(対象読者・内容), 頒布範囲, 発行目的・発行主体, 有料か無料か」などの視点を提示している。

「4.2 雑誌のメディア特性と機能」では、川井の「雑誌のメディア特性」『山梨英和短期大学紀要』(33号, 1999)の研究をもとに「雑誌のメディア特性にはセグメント性と進化性, 配布地域の集中性」をあげている。雑誌における第1のメディア特性であるセグメント性とは、読者を性別, 年齢, 職業, 興味関心, 趣味, ライフスタイル, 所得・資産などによって細かく限定することである。そして、雑誌の特徴として指摘される多様性は、セグメント化の結果としている。雑誌における第2のメディア特性である進化性とは、雑誌を規定する要素である①内容・読者層, ②判型などに「種類の多様化と環境への適応による形態・機能・行動などの変化」, つまりは進化がみられるとした。また、雑誌の機能として注目したいものとして、マス・メディアの機能の報道, 論評, 教育, 娯楽, 生活情報の伝達, 広告から、特に報道と論評の「ジャーナリズム機能」と生活情報の伝達機能から導かれる「ライフスタイルの提示機能」を指摘している。

「4.3 現代の雑誌」もまた、川井の雑誌研究の成果が盛り込まれたオリジナルで重要な内容となっている。今日の雑誌では、大判で、ビジュアルな誌面, そしてアルファベットの雑誌名—これらが、雑誌の主流になっているとして、このような雑誌を川井は「現代マガジン」と位置付けている。

逐次刊行物の雑誌の類型は、前述した何初彦の「雑誌論」を発展させて、「ジャーナル」「レビュー」「マガジン」があるとして、その一つである「マガジン」を「内容において雑多性と娯楽性に特徴がある雑誌」とした。

そこで、1970年代以降に顕著になってきた、現代マガジンの特徴として、①判型の拡大化, ②雑誌のビジュアル化, ③誌名のアルファベット化, ④内容における消費志向や娯楽性, 実利志向, ⑤雑誌の広告媒化の5つがあげている。これは、川井の「現代マガジンの特徴」『コミュニケーション科学』(22号, 2004)の研究によっている。

判型の大型化は、川井の「戦後雑誌の判型」『山梨英和短期大学紀要』(30号, 1996)の成果である。また、雑誌のビジュアル化とは、雑誌における視覚的要素の拡大のことである。具体的には、カラーページや写真中心, イラスト中心ページの増加であるとした。この結論は、山梨英和短期大学で指導した学生らの共同研究によるものである。長い誌歴があり、部数も多く、かつ異なったジャンルである『主婦の友』『文藝春秋』『週刊朝日』の3誌について、40年間にわたるビジュアル変化を明らかにしたものである。

誌名のアルファベット化も興味深い内容となっている。これは、東京経済大学で指導したゼミ生の共同研究「雑誌のタイトル1956～86年」(2005)に依拠している。「誌名のアルフ

ァベット化」とは雑誌名を『an・an』とか『PINKY』のようにアルファベットで表示することが増加することをいう。『電通広告年鑑』掲載の雑誌を対象に、その「文字構成の変化」を調べている。このような雑誌タイトルのアルファベット化が拡大しているのは、アルファベットの誌名は読者の感性に訴えるものであり、読者に高級感や洗練され、魅力的なイメージを与えることができるからであるとしている。また、『CanCam』や『ViVi』など、一見意味不明なアルファベットのタイトルは、新しいイメージやコンセプトを創ることができるという。

「4.4 雑誌ジャーナリズム」では、「社会における少数意見や体制に対するラディカルな批判が許されるのは、主に書籍や雑誌に限られる」と出版メディアを評価し、総合週刊誌や写真週刊誌には、新聞やテレビなど大マスメディアが報道しない、いわゆる報道タブーをテーマにする役割が期待されているとする。一方で、「大部数を売るためには、その記事はヒューマン・インタレストに訴えた興味本位的要素が少なくない。このため、人権侵害、プライバシー権侵害という批判がある」ことも忘れずに指摘している。

このほか、「4.5 マンガ」では、日本のマス雑誌の大半がマンガ誌であることを指摘し、「4.6 多様な雑誌」では、分冊百科、ムック、フリーマガジンを取り上げて解説している。

次に本書に引用されている川井の雑誌研究論文について、「90年代の雑誌研究」（『出版研究』32号、2001）をもとに見ておくことにする。

雑誌とは何かに応えるために、川井は、「雑誌の概念と類型（上）」（『出版研究』23号、1993）と「雑誌の概念と類型（中）」（『出版研究』24号、1994）の2回で考察している。

「雑誌の概念と類型（上）」で明治以降の日本の文献を検討している。同論文によれば、これまで雑誌の定義について、十分な分量を割いて論じたものは2件にすぎないとある。そこで、法令・文献からの検討と流通現場・実務上からの検討の2つの方法論をとり、総合的に判断している。結論として、雑誌の定義を「定期的に刊行される冊子形態の印刷メディア」とした。

「雑誌の概念と類型（中）」はドイツ、フランス、イギリス、アメリカなど欧米における雑誌の概念を考察している。これらの考察においても「定期性」と「冊子形態」を雑誌概念の要素としている。

「雑誌の刊行形態」（『山梨英和短期大学紀要』第31号、1997）は、刊行形態の特徴と規定要因、戦後雑誌における発行間隔別点数の推移を取り上げている。

「戦後雑誌の判型」（『山梨英和短期大学紀要』第30号、1996）では、雑誌の大型化の変化を統計的に実証している。

「雑誌のメディア特性」（『山梨英和短期大学紀要』第33号、1999）は、諸橋泰樹「雑誌文化の中の女性学」（明石書店、1993）を検討の糸口に、より包括的、体系的に雑誌のメディ

ア特性を検討したものである。川井は印刷メディアの特性とはべつに、雑誌固有の特性として、「セグメント性」、「進化的」、「配布地域の偏在性」を指摘している。前項でも述べたが、「セグメント性」とは読者を性別や年齢、興味関心、趣味ライフスタイル、所得、職業など細かく限定することを言う。

「戦後雑誌におけるジャンル別点数・部数の推移」（『出版研究』29号、1998）は、どのような雑誌がどの位発行されてきたのか。点数や部数の動向について、『出版指標年報』の統計資料をもとに、実証的に明らかにしたものである。

以上、見てきたことで分かるように、雑誌メディアを対象に、概念と類型を整理し、特徴や機能を分析する手法を確立したことが、川井雑誌研究のオリジナルであり、研究功績といってよい。川井が開拓した雑誌研究の分野と分析手法は、その後続く若手研究者の手本となっている。なかにはエピゴーネンとも捉えかねない論文もあるが、それは先陣を切った者につきまとう定め事だろう。

6. 出版教育の実践

東京経済大学コミュニケーション学部川井ゼミナール研究報告集として、『メディアと社会』を2号刊行している。創刊に寄せる言葉の中で、「テーマが有意義で学問的方法さえ正しければ、学部学生の卒業研究でも、充分、学問的知見として評価できるのである」とし、「私自身、自分の著作や授業の資料として、指導してきた学生諸君の研究成果を大いに利用させて貰ってきた」と書いている。

実際、『出版メディア入門』の中にもゼミ生らとともに取り組んだ研究成果が何度か引用されている。川井の手にはよるものの、学生の取り組みが公表されることで、本人にとっても、それを目にした後輩にとっても励みになることと思う。出版教育の実践として高く評価されるものである。

『メディアと社会』第1号（2004）では、卒業の共同研究「テレビ面の研究」が、第2号（2005）では、卒業研究論文「ベストセラー1980～2003」、「『an an』の特集テーマ1995～2004年」、「女性誌の創刊1980～2003」、「雑誌のビジュアル化1970～1979」、「新聞の報道比較」、「DJ・クラブカルチャーの背景」、「少子化を取り巻く女性の社会進出と育児支援」が掲載されている。また、第2号では、「川井ゼミナールの卒業



『メディアと社会』第1号

川井良介教授の雑誌研究の軌跡

研究一覧」として、川井が指導した「明治大学政治経済学部」, 「山梨英和短期大学情報文化学科」, 「東京経済大学コミュニケーション学部」において、ゼミ生が取り組んだ卒業研究の論題が紹介されている。

また、日本における出版教育の現状を概観した論文として「日本における出版教育—その概観」(『出版研究』37号, 2006)を執筆している。

おわりに

筆者は、2003(平成16)年4月に東京経済大大学院コミュニケーション学研究科修士課程に入学した。40歳代で大学院の学生証を手にした、まさに「晩学の徒」である。その後、博士課程に進学し、2007年3月に東京経済大大学院コミュニケーション学研究科博士後期課程を無事修了した。当時、日本出版学会の会員ではあったものの、理工系学術専門書・大学教科書の編集の実務者であり、特にアカデミックな訓練を受けていたわけではなかった。そこで大学院で学ぶことを考え、川井先生の知己を得ていたことから、それを頼っての入学であった。

筆者の出身学部は工学部であり、コミュニケーション研究の知識がまったくないにもかかわらず、なんとか博士号(コミュニケーション学)を授与いただけたのは、川井良介先生にご指導をいただけたおかげである。その後、編集実務の世界を離れ、企業経営を手がけ、今は専任の大学教員となった。雑誌発行人から始まった川井先生の研究の足跡をたどってみると、少しばかり先生と似たような道筋を歩いているのかな、と思っているところである。

参考文献

- 川井良介「戦前期の即売ルート」『出版研究』(8号, 1977, p.115-137)
- 川井良介「雑誌の概念と類型(上)」『出版研究』(23号, 1993)
- 川井良介「雑誌の概念と類型(中)」(『出版研究』(24号, 1994)
- 川井良介「戦後雑誌におけるジャンル別点数・部数の推移」(『出版研究』29号, 1998)
- 川井良介「90年代の雑誌研究」(『出版研究』32号, 2001)
- 川井良介「日本における出版教育—その概観」『出版研究』(37号, 2006)
- 川井良介「戦後雑誌の判型」(『山梨英和短期大学紀要』第30号, 1996)
- 川井良介「雑誌の刊行形態」(『山梨英和短期大学紀要』第31号, 1997)
- 川井良介「雑誌のメディア特性」(『山梨英和短期大学紀要』第33号, 1999)
- 川井良介「私の出版研究」(川井良介『出版ニュース』通巻2, 146号, p.6-9)
- 川井良介編『出版メディア入門』日本評論社, 2006
- 『メディアと社会』第1号(2004)川井研究室, 東京経済大学コミュニケーション学部
- 『メディアと社会』第2号(2005)川井研究室, 東京経済大学コミュニケーション学部

田村紀雄「地域メディアの俯瞰」田村紀雄編『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社, 2003, p. 19

箕輪茂男「科学以前, 科学以後—出版学方法序説」『出版研究』10号, 1979, p. 37

山本明, 藤竹暁編『図説日本のマス・コミュニケーション』(NHK ブックス, 1980)

植田康夫編『現場からみた出版学』(学文社, 1996)

「風速計」『朝日ジャーナル』(1971年3月26日号, 朝日新聞社)

「消えるミニコミ喫茶 東京・神田の「アクセス」タウン誌の盛衰を眺め七年」『朝日新聞』(1984年1月17日東京朝刊)

「安・不安」(1973年9月23日東京夕刊9面)

「即売会社」『白書出版産業 2010』